

**Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten:
Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens**

Stellungnahme von

Name / Firma / Organisation : Blaues Kreuz Schweiz

Abkürzung der Firma / Organisation : -

Adresse : Lindenrain 5, 3012 Bern

Kontaktperson : Martin Bienlein

Telefon : +41 79 228 96 04

E-Mail : martin.bienlein@blaueskreuz.ch

Datum : 15.11.2022

Wichtige Hinweise:

1. Wir bitten Sie, keine Formatierungsänderungen im Formular vorzunehmen und nur die grauen Formularfelder auszufüllen.
2. Wenn Sie einzelne Tabellen im Formular löschen oder neue Zeilen hinzufügen möchten, so können Sie unter "Überprüfen/Dokument schützen/Schutz aufheben" den Schreibschutz aufheben. Siehe Anleitung im Anhang.
3. Bitte pro Artikel, Absatz und Buchstabe oder pro Kapitel des erläuternden Berichtes eine Zeile verwenden.
4. Wir bitten Sie, uns Ihre inhaltlichen Kommentare unter «Teilrevision Tabakproduktegesetz und elektronische Zigaretten» – und nicht beim erläuternden Bericht – zu erfassen.
5. Ihre elektronische Stellungnahme senden Sie bitte **als Word-Dokument** bis am **30. November 2022** an folgende E-Mail Adresse: gever@bag.admin.ch und tabakprodukte@bag.admin.ch.
6. Spalte "Name/Firma" muss nicht ausgefüllt werden.

Herzlichen Dank für Ihre Mitwirkung!

**Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten:
Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens**

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Bemerkungen	3
Erläuternder Bericht (ohne Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln")	5
Erläuternder Bericht Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln"	10
Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten	13
Unser Fazit	15
Anhang: Anleitung zum Einfügen zusätzlicher Zeilen:	16

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Allgemeine Bemerkungen

Name/Firma	Bemerkung/Anregung
Blaues Kreuz	<p>Nach über sechs Jahren Arbeit verabschiedete das Parlament im Herbst 2021 ein enttäuschendes Tabakproduktegesetz:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dem Jugendschutz wollte das Parlament nur ungenügend nachkommen. National- und Ständerat beschlossen, dass die massive und allgegenwärtige Werbung für Tabak- und Nikotinprodukte, die vor allem junge Frauen und Jugendliche anspricht (siehe Bienlein 2021), weiterhin auf die zukünftigen Opfer der Tabak- und Nikotinkindustrie einprasseln dürfe. - Die Räte konnten sich lediglich zu einem schweizweiten Mindestabgabalter von 18 Jahren für Tabak- und Nikotinprodukte durchringen. - Mit dem von den eidgenössischen Räten verabschiedeten Gesetz würde die Schweiz in Europa zukünftig über die schwächsten Regeln für Tabakwerbung verfügen und weiterhin das Schlusslicht in der Tabakprävention bleiben. <p>Als direkte Folge des unzureichenden Gesetzesentwurfs 2018, lancierte eine breite Koalition aus Gesundheits-, Sucht- und Jugendorganisationen die "Volksinitiative Kinder ohne Tabak": Die Initiative konzentriert sich auf die Tabak- und Nikotinwerbung, welche Kinder und Jugendliche erreichen kann. Trotz einer aufwendigen und teuren Gegenkampagne nahmen Volk und Stände mit 57% und 15 Ständen den pragmatischen Vorschlag der Gesundheits-, Sucht- und Jugendorganisationen an und lehnten damit gleichzeitig die vom Parlament beschlossenen extrem schwachen Bestimmungen zu Tabak- und Nikotinwerbung klar ab. Das Blaue Kreuz will die von der Volksinitiative geforderten Werbeeinschränkungen konsequent umsetzen, damit die schädliche Tabakwerbung Kinder und Jugendliche nicht mehr erreicht.</p> <p>Das Blaue Kreuz unterstützt deshalb den Vorschlag des Bundesrates für strenge Massnahmen im Sinne eines wirksamen Jugendschutzes und sieht darin die Volksinitiative "Kinder ohne Tabak" in den meisten Punkten adäquat umgesetzt. Wir danken für die ausführlichen Abklärungen durch das BAG und die nun präsentierten eindeutigen Lösungen. Sie sind für uns nachvollziehbar und entsprechen den Grundanliegen der Initiative.</p> <p>Hingegen bedauert das Blaue Kreuz Schweiz, dass der Vernehmlassungsentwurf nicht auf die Forderung der Volksinitiative, die Förderung der Gesundheit von Kindern und Jugendlichen (Art. 41 Abs. 1, Bst. g BV) eingeht.</p>

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Blaues Kreuz	<p>Ungenügende Erhebungen über Tabak- und Nikotinprodukte und deren Konsum durch Jugendliche</p> <p>Zwischen 2001 und 2016 wurden in der Schweiz jährlich Zahlen zum Konsum von Tabakprodukten erhoben: 2016 wurde das Schweizerische Suchtmonitoring ersatzlos gestrichen. Seither werden lediglich noch im Rahmen der Schweizerischen Gesundheitsbefragung alle fünf Jahre Daten überhoben. Zusätzlich wird im Rahmen der europäischen Befragung von Schülerinnen und Schülern HBSC alle vier Jahre das Konsumverhalten der elf bis vierzehnjährigen Kinder erhoben. Diese grossen zeitlichen Abstände zwischen den Befragungen verunmöglichen es den Präventionsorganisationen und dem Gesetzgeber, rechtzeitig auf unerwünschte Entwicklungen im Tabak- und Nikotinmarkt zu reagieren.</p> <p>Laut dem Präsidenten der Swiss Vape Trade Association nehme der Verkauf von Einweg-E-Zigaretten seit Anfang 2022 monatlich um 30 Prozent zu. Dies würde bei gleichbleibender Entwicklung eine Verkaufssteigerung dieser Produkte bis Ende 2022 um 2200 Prozent bedeuten! Das Beispiel zeigt deutlich, wie wichtig aktuelle Zahlen für die adäquate Gesundheitspolitik sind.</p> <p>Eine Informations- und Kontrolltätigkeit, wie in Abschnitt 3 des TabPG definiert, ist ohne Monitoring nicht möglich: Für eine Umsetzung der Regeln im neuen Tabakproduktegesetz ist es unerlässlich, dass die Daten aller Altersgruppen zum Konsum von Tabak- und Nikotinprodukten mindestens Jährlich oder besser halbjährlich in einem grossen Sample, detailliert nach Produkten und Unterprodukten in einem Monitoring erhoben werden, um eine Konsumänderung, wie sie zur Zeit mit den Puffbars stattfindet, festzustellen. Wir schlagen deshalb einen eigenen neuen Gesetzesartikel 31a zu Evaluation und Monitoring vor (siehe Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln), wie folgt:</p> <p>Art. 31a Evaluation und Monitoring</p> <p>1 Das BAG evaluiert regelmässig die Wirkung des Gesetzes in Bezug auf die Zweckbestimmung gemäss Art. 1.</p> <p>2 Es führt insbesondere ein jährliches, nach Produkten differenziertes Monitoring des Tabak- und Nikotinkonsums durch.</p> <p>Da bei anderen Suchtmitteln wie zum Beispiel Alkohol und Cannabis, Amphetaminen und Opiaten dieselbe Problematik besteht, fordert das Blaue Kreuz Schweiz ein solches (gemeinsames) Monitoring für alle relevanten psychoaktiven Substanzen einzuführen.</p>
--------------	---

Wenn Sie einzelne Tabellen im Formular löschen oder neue Zeilen hinzufügen möchten, so können Sie unter "Überprüfen/Dokument schützen/ Schutz aufheben" den Schreibschutz aufheben. Siehe Anleitung im Anhang.

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Erläuternder Bericht (ohne Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln")		
Name/Firma	Kapitel-Nr.	Bemerkung/Anregung
Blaues Kreuz	1.3	<p>Das Blaue Kreuz ist erfreut, dass mit der Umsetzung der Volksinitiative die Ratifizierung des WHO-Rahmenabkommens zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (FCTC) nun auch für die Schweiz in Griffweite rückt:</p> <p>Die deutliche Annahme der Volksinitiative hat, als positiven Nebeneffekt zur Folge, dass bis auf einen, sämtliche Konflikte zwischen dem Inhalt des Tabakproduktegesetzes (TabPG) und den FCTC-Bestimmungen gelöst werden können – vorausgesetzt die Volksinitiative wird korrekt umgesetzt (Artikel 13 der WHO-Konvention verlangt ein umfassendes Verbot von Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring für Tabakprodukte).</p> <p>Das Blaue Kreuz weist auf die ausserordentliche Wichtigkeit der Ratifizierung des FCTC für die Tabakkontrolle in der Schweiz hin: Die Einhaltung der FCTC-Regeln ist die Voraussetzung für den Zugang der Akteure der schweizerischen Tabakkontrolle zu den Gremien des FCTCs, welche sich mit den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen zu dem Thema auseinandersetzen, diese untereinander austauschen und diskutieren.</p> <p>Wir befürworten aus diesem Grund den zusätzlichen Vorschlag des Bundesrates, die Ausgaben für Tabak- und Nikotinwerbung zu erheben, um die FCTC zu ratifizieren.</p> <p>Siehe dazu auch die Bemerkungen zu 3.3</p>
Blaues Kreuz	1.4	<p>Die Annahme der Volksinitiative nimmt den Bundesrat in die Pflicht, sich aktiv und mit konkreten Vorschlägen für die Förderung der Gesundheit der Jugendlichen einzusetzen. Hinweise darauf vermisst das Blaue Kreuz in den Erläuterungen des Bundesrates. wir bedauern, dass der Vernehmlassungsentwurf keine Vorschläge zur Gesundheitsförderung von Jugendlichen und Kindern macht.</p> <p>Wir weisen deshalb darauf hin, dass die Umsetzung von Artikel 41 Absatz 1 Buchstabe g BV nur möglich sein wird, wenn eine Gesetzesgrundlage besteht, die die dafür notwendigen Mittel zur Finanzierung bereitgestellt. Ausserdem ist die weitere Stärkung der Verhältnisprävention wichtig und notwendig zur Umsetzung der Volksinitiative.</p> <p>Das Blaue Kreuz erwartet, dass der Bundesrat konkrete Massnahmen in seine Botschaft aufnimmt, im Sinne von:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Förderung kantonaler Tabakpräventionsprogramme mit Massnahmen zugunsten von Kindern, Jugendlichen und Familien ● Förderung von Sportvereinen, Jugendverbänden sowie der Kinder- und Jugendarbeit ● Flächendeckender Zugang zu niederschwelliger und jugendgerechter Beratung

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

		<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung sozial benachteiligter oder mehrfach belasteter Familien • Ausweitung rauchfreier Zonen auf alle Orte, an denen sich Kinder aufhalten, namentlich Spielplätze, Sportanlagen, Freizeiteinrichtungen für Kinder und Jugendliche, Bushaltestationen, aber auch Privatautos und Privathaushalten • Ausserschulische Kurse, Programme und Projekte für Schülerinnen und Schüler <ul style="list-style-type: none"> - zur Sensibilisierung für den eigenen Suchtmittelkonsum - Rauchstopp-Anreize <p>speziell solche für Kinder mit Migrationshintergrund oder aus sozioökonomisch schwachen Familien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderung der Lebens- und Gesundheitskompetenzen im Rahmen des Lehrplans 21: überfachliche Kompetenzen bilden eine wichtige Basis für alle gesundheitsrelevanten Themen <ul style="list-style-type: none"> - Aufbereitung Schulmaterial/-unterlagen und Einarbeitung in die Lehrpläne im Zusammenhang mit «Jugend und Gesundheit» - Themenspezifische Workshops von externen Anbietenden / Fachorganisationen - Weiterbildung im Bereich Gesundheit des Lehr- und Schulpersonals als zentraler Aspekt von Schulqualität und Schulentwicklung - Beteiligung am Schweizerischen Netzwerk gesundheitsfördernder und nachhaltiger Schulen - Angebote zur Stärkung der Gesundheit von Lehrpersonen, Schulleitungen und weiteren Mitarbeitenden - Zusammenarbeit der Schulen mit Eltern und weiteren Erziehungsberechtigten - Beizug von interkulturellen Vermittelnden bei der Zusammenarbeit mit Familien mit Migrationshintergrund
Blaues Kreuz	1.5.1	<p>Wie in den allgemeinen Bemerkungen bereits erwähnt, sind die bundesrätlichen Schlussfolgerungen, zur Umsetzung der Initiative bei Presseergebnissen, für uns nachvollziehbar. Das Blaue Kreuz unterstützt die konsequente bundesrätliche Lösung, welche sowohl konform mit dem Initiativtext ist und gleichzeitig den Kontrollaufwand für die Kantone im Auge behält.</p> <p>Bezüglich der erwähnten und vom Bundesrat zurecht (da im Widerspruch mit dem Initiativtext) verworfenen Vereinbarung zwischen Swiss Cigarette und der Lauterkeitskommission (80 Prozent Regel), weisen wir darauf hin, dass diese bereits bis anhin wirkungslos war und somit nicht dem Sinn des Gesetzes entsprach und der nun gültigen Bundesverfassung widerspricht. Die Vereinbarung wurde offenkundig so formuliert, dass sie de facto nie greift. Als Beispiel: Obwohl ein Drittel aller 14 bis 17 Jährigen die "20 Minuten" liest, inserieren Tabak- und Nikotinfirmen ihre Produkte.</p>

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Blaues Kreuz	1.5.2	Das Blaue Kreuz kann nachvollziehen, dass die technische Voraussetzung bei Accounts für Onlinespielkonten und Onlinemedien nicht vergleichbar sind und somit eine Übernahme der Regel aus dem Geldspielgesetz nicht ausreichenden Schutz bieten würde. Wir unterstützen aus diesem Grund das vom Bundesrat vorgeschlagene Verbot.
Blaues Kreuz	1.6	In Ergänzung zum Kommentar zu Kapitel 1.3. weist das Blaue Kreuz darauf hin, dass die Ratifizierung des FCTC seit 2004 ein bundesrätliches Ziel ist. Der bundesrätliche Vorschlag ist für uns nachvollziehbar. Zudem verweisen wir in Ergänzung zu den Ausführungen auf das Ziel 10 in Artikel 11 der Legislaturplanung (BBl 2020, S. 8389), das ausführt: "Die Schweiz sorgt für.....ein gesundheitsförderndes Umfeld und eine wirkungsvolle Prävention". Damit entspricht der Vorentwurf eindeutig einem Ziel der Legislaturplanung.
Blaues Kreuz	2.1	In der «Tobacco Control Scale 2019», dem Ranking der europäischen Staaten zu den Massnahmen zur Eindämmung des Tabakkonsums, belegt die Schweiz abgeschlagen der 35. Platz; Besonders bei der Tabakwerbebeschränkung erhält die Schweiz schlechte Noten. Ganz anders Irland: Dank umfassenden Massnahmen, wie einem Tabakwerbeverbot, inkl. werbefreie Packungen, erreicht es einen der ersten Plätze. Gerade unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen konnte dort die Raucherprävalenz drastisch gesenkt werden: Rauchten in Irland 1998 noch über 20 Prozent aller Teenager, waren es 2018 noch 5 Prozent. Zum Vergleich rauchen in der Schweiz bis heute ein Drittel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen.
Blaues Kreuz	2.3	Wir unterstützen den Vorschlag des Bundesrates. Die Erhebung der Werbeausgaben ist Teil der WHO-Rahmenabkommen zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (FCTC). Die Schweiz hat die WHO-Konvention 2004 nur unterzeichnet, aber noch nicht in schweizerisches Recht umgesetzt. Neben Andorra, Liechtenstein und Monaco ist die Schweiz das einzige Land Europas, das die WHO-Konvention noch nicht ratifiziert hat. Siehe Bemerkungen zu 3.3
Blaues Kreuz	3.1	Wir unterstützen den Vernehmlassungsentwurf, "dem Bundesamt für Gesundheit (BAG) die Zuständigkeit für die Kontrolle der Einhaltung der Vorschriften zur Werbung im Internet zu übertragen". Wichtig ist aber auch, dass da, wo die Kantone in der Verantwortung stehen, die Kontrollen ebenfalls durchgeführt und Verstösse wirksam sanktioniert werden. Siehe dazu unsere Bemerkungen zu 3.4.
Blaues Kreuz	3.2	Wir unterstützen ausdrücklich die vorgesehene Umsetzung der Volksinitiative "Kinder ohne Tabak", in der Werbung, Promotion und Sponsoring für Tabak- und Nikotinprodukte Minderjährige nicht mehr erreicht.

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

		<p>Der Prüfung des Bundesrates, für Ausnahmen beim "Cassis-de-Dijon-Prinzip", falls Produkte Schweizerische Vorschriften nicht erfüllen, stehen wir positiv gegenüber. Es gilt jedoch darauf hinzuweisen, dass die aktuell in der Schweiz nach dem "Cassis-de-Dijon-Prinzip" verkauften Produkte oftmals nicht dem EU-Recht entsprechen. Die Untersuchung des kantonalen Laboratoriums Basel-Stadt (Juli 2022), der leider einzigen dieser Art, beanstandete zwei Drittel aller Proben von E-Zigaretten und belegt 44% aller Produkte mit einem Verkaufsverbot.</p>
Blaues Kreuz	3.3	<p>Wir stimmen dem Vorschlag des Bundesrates zu, die Werbe-, Promotions- und Sponsoringausgaben für Tabak- und Nikotinprodukte zu erheben, muss aber erweitert werden.</p> <p>Der Sinn hinter dieser im Rahmen des WHO-Rahmenabkommens zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (FCTC) definierten Massnahme ist es, zu erfahren welche Marketingformen die Tabakindustrie entwickelt, d. h. in welche Kanäle sie investiert, um Jugendliche zu erreichen. So erhält der Gesetzgeber, mehr Informationen zur Frage, ob das gesetzgeberische Ziel des Jugendschutzes erreicht werden konnte.</p> <p>Mit Hilfe der Erkenntnisse der Marketingausgaben sind Bundesrat und Parlament in der Lage, gesetzliche Anpassungen vorzunehmen und neue Methoden, mit denen die Industrie Jugendliche erreicht, zu verbieten. Für diesen Zweck genügt die vom Bundesrat genannte Gesamtzahl der Marketingausgaben der Tabakindustrie NICHT aus, da so die diversen Werbekanäle für die Produkte unbekannt bleiben würden.</p> <p>Es ist notwendig, dass die Zahlen sowohl differenziert nach den verschiedenen Marketingbereichen (Plakatwerbung, Zeitungsannoncen, Verkaufsförderung, Internet, Direktmailing usw. siehe Bienlein 2021) wie auch nach Produktkategorien (klassische Zigaretten, Einweg-E-Zigaretten usw.) von der Branche zur Verfügung gestellt werden. Da die Daten der Unternehmen in den einzelnen Kategorien addiert übermittelt werden, sehen wir keine Geschäftsgeheimnisse der einzelnen Unternehmen verletzt. Wir verweisen dazu explizit auf die langjährige Praxis in den USA oder auch Deutschlands, wo die Tabakunternehmen diese Daten bereits liefern.</p>
Blaues Kreuz	3.4	<p>Das Blaue Kreuz unterstützt den Vorschlag, dem BAG die Kontrolle der Einhaltung der Vorschriften im Internet zu übertragen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass dem BAG die nötigen Ressourcen zur Verfügung stehen, um die Kontrollfunktion proaktiv ausüben zu können. Ebenso muss das BAG festgestellte Verstösse entsprechend konsequent ahnden können.</p> <p>Da für die Entfaltung der Wirksamkeit dem Vollzug der gesetzlichen Massnahmen eine grosse Bedeutung zukommt, ist deren Einhaltung besondere Beachtung zu schenken: Betreffend der Kontrollfunktion der Kantone weisen wir darauf hin, dass die Mehrzahl der Kantone diese bisher nur ungenügend oder mangelhaft wahrnimmt. Es ist somit zu befürchten, dass mit der Verschärfung des Gesetzes die Zahl der ungeahndeten oder tolerierten Verstösse massiv zunehmen wird.</p> <p>Die Kantone müssen klar und verbindlich die Kontrollen und Sanktionen regeln. Wir verweisen auf die Erkenntnisse des EKAL-</p>

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

		<p>Berichts (2019) zur Werbekontrolle in den Kantonen bei Spirituosen: Die Mehrheit der Kantone verzichtet auf eine Kontrolle der Werbebeschränkungen. Lediglich in einem Kanton werden Personen bezüglich den geltenden Werbebeschränkungen bei Spirituosen geschult.</p> <p>Entsprechend dem geäußerten Volkswillen erwarten wir, dass die Kantone stärker in die Pflicht genommen werden: Die Kantone (und das BAG) müssen verpflichtend erstens eine Kontrollstelle/-organisation und Meldestelle definieren und zweitens das Kontrollpersonal schulen. Ein "Abschieben" auf die Gemeinden ist nicht zielführend.</p> <p>Wir fordern zudem, dass das BAG die Ergebnisse der Kontrollen bzw. die erfassten Verstöße transparent publiziert.</p> <p>Siehe auch die Bemerkungen zu Art. 45.</p>
--	--	--

Wenn Sie einzelne Tabellen im Formular löschen oder neue Zeilen hinzufügen möchten, so können Sie unter "Überprüfen/Dokument schützen/ Schutz aufheben" den Schreibschutz aufheben. Siehe Anleitung im Anhang.

**Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten:
Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens**

Erläuternder Bericht Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln"		
Name/Firma	Art.	Bemerkung/Anregung
Blaues Kreuz	18.1.b	<p>Werbung, "welche sich an den Schweizer Markt richtet" ist im World Wide Web nicht zielführend. Es soll nicht der Schweizer Markt, sondern die Schweizer Jugend geschützt werden. Die Sperrungen von ausländischen Seiten durch Schweizer Fernmeldedienstleistungsanbieter muss in diesem Gesetz verankert werden, wie dies für andere illegale Inhalte heute bereits tägliche Praxis ist und technisch keine Probleme bereitet (schwarze Liste der Bundespolizei fedpol).</p> <p>Die Formulierung von Werbung, "welche sich an den Schweizer Markt richtet" ist, insbesondere im digitalen Zeitalter, schwer fassbar. So werden in den Erläuterungen als Beispiel Preisangaben in CHF oder die Top-Level-Domain ".ch" genannt. Es ist offensichtlich dass eine solche Regelung einfach umgangen werden kann, beispielsweise durch eine Preisangabe in Euro, oder einer der vielen neueren Top-Level-Domains, welche auch für die Schweiz genutzt werden, wie beispielsweise ".swiss".</p>
Blaues Kreuz	18.1.e	<p>Am Verkaufsort werden die meisten Kaufentscheidungen getroffen. Das Werbeverbot an den Verkaufsstellen ist deshalb zentral.</p> <p>Wir unterstützen die eindeutige Ausformulierung in den Erläuterungen bezüglich des Werbeverbots in Verkaufsstellen, wie beispielsweise Kiosken.</p>
Blaues Kreuz	18.1.e	<p>Die in den Erläuterungen formulierte Form der Markenerweiterung (brand stretching) lehnen wir ab. Die Nichttabak-Produktlinie muss klar erkenntlich sein, das heisst: Name und Logo müssen sich zwingend von jener der Tabak- bzw. Nikotinmarke so stark unterscheiden, so dass keine Verwechslungsgefahr besteht. Dies gilt beispielsweise bei der Nutzung des Namens und Logos für eine Parfumlínie oder für Logos, die Elemente der Tabak- und Nikotinproduktlogos aufnehmen, wie das Dach von Marlboro.</p> <p>Das Werbeverbot für Tabak- und Nikotinwaren darf nicht durch vom Gesetz nicht betroffene Pseudoprodukte umgangen werden können.</p>
Blaues Kreuz	18.1bis (neu)	<p>Die Verpackung der Tabak- und Nikotinwaren ist eine wichtige Werbefläche für die Tabakindustrie (Bienlein 2021: Seiten 310 - 314). Die Logos und farbigen Schachteln mit den prominent aufgedruckten Markennamen wirken vor allem auf Jugendliche und Neukonsumierenden attraktiv und täuschen über die Gesundheitsrisiken des Tabak- und Nikotinkonsums hinweg. Entsprechend werden diese an den Verkaufsstellen der minder- und volljährigen Kundschaft offensiv präsentiert (Bienlein 2021 Seiten 157 - 161), ebenso online. Diese Form der Werbung steht im Widerspruch zum Auftrag der Volksinitiative "Kinder ohne Tabak", wonach Tabak- und Nikotinwerbung Minderjährige nicht erreichen darf.</p> <p>Das Blaue Kreuz fordert deshalb werbefreie Einheitsverpackungen für Tabak- und Nikotinprodukte (plain packaging). Plain</p>

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

		<p>Packaging gilt als eine der wirksamsten Massnahmen zur Eindämmung des Tabakkonsums, weshalb sich die Industrie stark dagegen wehrt. Bereits 2011 war Australien das erste Land, das den Verkauf von Tabakerzeugnissen in Einheitsverpackungen einführt. Frankreich und das Vereinigte Königreich folgten 2017, Norwegen, Irland und Neuseeland 2019 (Neuseeland ist weiterhin Vorreiter, indem es 2022 die weltweit ersten Gesetze für eine rauchfreie Generation einführt). Bis zum Jahr 2021 haben weitere 10 Länder, darunter Belgien und die Niederlande, auf ähnliche Weise Einheitsverpackungen eingeführt, und weitere 8 Länder, darunter Ungarn, Dänemark und Finnland, werden sich voraussichtlich bis 2024 anschließen.</p> <p>Die Details der neutralen Einheitsverpackung (siehe neuer Art. 18.1bis) hat der Bundesrat in einer Verordnung zu regeln.</p> <p>Tabak- und Nikotinprodukte dürfen am Verkaufsort nicht mehr sichtbar sein. Zusätzlich zur werbefreien Packung, fordern wir, dass die Produkte für Minderjährige nicht mehr sichtbar präsentiert werden dürfen, beispielsweise nicht mehr an allen Verkaufsstellen oder in Auslagen und Schaufenstern, sowie dem Publikum zugewandten Laden-Wandregalen. Wir verweisen dazu auf entsprechende in Island geltende Regeln, wo die Zigarettenschachteln unter der Theke hervorgeholt werden.</p>
Blaues Kreuz	19.1.d (neu)	<p>Verkaufsautomaten sind Werbeträger (Bienlein 2021, Seite 167f.) und erhöhen die Verfügbarkeit für Tabakprodukte und machen Werbung für diese im öffentlichen oder öffentlich zugänglichen Raum. Insbesondere mit Blick auf die, besonders bei Jugendlichen beliebten, neuen Tabak- und Nikotinprodukte besteht die Gefahr eines Ausbaus des Netzes von Verkaufsautomaten.</p> <p>Die Einführung der Jetonsysteme hat gezeigt, wie einfach dieses System umgangen werden kann, wenn die Jetons frei herumliegen. Auch die neueren Kartenlesesysteme sind anfällig für Missbrauch, da dem System egal ist, wessen ID verwendet wird. Kein System ist ein gleichwertiger Ersatz für eine Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter am Tresen – wenn diese denn gewissenhaft die Ausweise kontrollieren.</p> <p>Das Blaue Kreuz fordert deshalb ein Verbot von Verkaufsautomaten für Tabak- und Nikotinprodukte an öffentlich zugänglichen Orten, die von Minderjährigen besucht werden können.</p>
Blaues Kreuz	20.1	<p>Die in den Erläuterungen erwähnte notwendige Alterskontrolle muss zwingend korrekt und seriös durchgeführt werden und darf kein toter Buchstabe bleiben. Fehlverhalten gilt es konsequent zu büssen. Wir weisen in diesem Zusammenhang auf die regelmässig ungenügenden Ergebnisse bei Testkäufen des Blauen Kreuzes hin.</p> <p>Das vorgesehene Marketingverbot an Festivals oder Veranstaltungen entspricht dem Initiativtext und ist finanziell für die Veranstalter tragbar. In der Schweiz kennen bereits die Kantone Wallis und Solothurn ein solches Verbot. Das Gurtenfestival, als einer der bedeutendsten Kulturevents im Kanton Bern, verzichtet seit vier Jahren freiwillig auf seinen Tabaksponsor. Frankreich, Österreich, die Länder der Benelux und der iberischen Halbinsel mit umfassenden Sponsoringverbote kennen kein Festivalsterben.</p>

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Blaues Kreuz	23	Das Abgabeverbot an Minderjährige gilt vor allem für die Unternehmen, deren Personal Tabak- und Nikotinprodukte den Minderjährigen verkauft, da die Unternehmen die Gewinne machen und nicht das Personal.
Blaues Kreuz	24	<p>Eine Kontrolle des Artikels zu Testkäufen hat gezeigt, dass aus Datenschutzgründen Online-Testkäufe nicht erlaubt sein würden (da die Anonymität der jugendlichen Testkäuferinnen und Testkäufer nicht garantiert wird), sondern nur Testkäufe an realen Verkaufsstellen. Dies ist ein offensichtlicher Fehler und sicherlich nicht im Sinne des Gesetzgebers. Artikel 24 wurde explizit auf Wunsch der Kantone geschaffen, als Folge der unklaren juristischen Lage bezüglich der Möglichkeit, fehlbare Verkaufsstellen büssen zu können. Nun ausgerechnet Online-Verkaufsseiten, welche deutliche Defizite beim Jugendschutz aufzeigen und eine wichtige Verkaufsquelle für Produkte mit einem jugendlichen Zielpublikum sind (Snus, Puff-Bars, Shisha etc.), auszunehmen, ist weder im Geiste des Parlamentsentscheides, noch entspricht es den Wünschen der Kantone. Der Bundesrat hat das Glück, diesen groben Fehler ohne grossen Zusatzaufwand innerhalb dieser Revision korrigieren zu können: Wir verweisen explizit auf die Frage 22.7821 Studer und die Interpellation 22.3733 Feri zu diesem Problem und die Antworten des Bundesrates, dass er gewillt ist dies zu korrigieren.</p> <p>Die Zeiten der Testkäufe sind nicht dem Jugendschutz zu unterstellen, sondern sollen realistische Zeiten von Erwerb von Tabak- und Nikotinprodukten entsprechen.</p> <p>Das Blaue Kreuz fordert deshalb, dass Artikel 24 angepasst wird (Anonymität der Testenden, Testzeitraum), damit inskünftig Bund, Kantone und beauftragte Drittorganisationen Online-Testkäufe durchführen können, welche für Bussen und Strafverfahren juristisch nutzbar sind.</p>
Blaues Kreuz	45	<p>Wie unter 3.4 ausgeführt, fordert das Blaue Kreuz von Bund und Kantonen inskünftig eine effektive und aktive Kontrolltätigkeit. Entsprechend müssen Verstösse zukünftig ebenfalls konsequent geahndet werden, damit die vom Volk beschlossenen Verschärfungen greifen können.</p> <p>In diesem Zusammenhang ist die Beschränkung der Bussen auf natürliche Personen und die Plafonierung auf maximal CHF 40'000 (vorsätzlich) bzw. CHF 20'000 (fahrlässig) stossend. Für Unternehmen mit Jahresgewinnen von aktuell bis zu 9 Milliarden Franken und Jahresumsätzen, welche grösser sind, als die Bruttoinlandsprodukte der Hälfte aller Länder dieser Welt, haben Bussen von ein paar tausend Franken keinerlei Wirkung. Das Blaue Kreuz fordert deshalb, dass die Maximalhöhe der aussprechbaren Bussen sich inskünftig prozentual an den Umsätzen und Gewinnen der Unternehmen orientieren soll, welche das Gesetz übertreten: Beispielsweise, wenn Produzenten Tabak- und Nikotinprodukte auf den Sozialen Medien promoten lassen, trotz Verbot.</p> <p>Die Bussen müssen nur für die Unternehmen gelten, in denen Kinder und Jugendliche Tabak erhalten (Art. 23).</p>

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Wenn Sie einzelne Tabellen im Formular löschen oder neue Zeilen hinzufügen möchten, so können Sie unter "Überprüfen/Dokument schützen/ Schutz aufheben" den Schreibschutz aufheben. Siehe Anleitung im Anhang.

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten				
Name/Firma	Art.	Abs.	Bst.	Bemerkung/Anregung
Blaues Kreuz	18	1	a	Zustimmung
Blaues Kreuz	18	1	b	Zustimmung unter Vorbehalt. Erläuterung siehe oben zu 18.1.b
Blaues Kreuz	18	1	c	Zustimmung
Blaues Kreuz	18	1	d	Zustimmung. Bemerkung: In der französischen Version gibt es einen Übersetzungsfehler: "... auf Plakaten und allen anderen Formen der Aussenwerbung ..." ist in der französischen Version fälschlich mit "... les affiches et autres formes d'affichage ..." übersetzt. Korrekt ist "... les affiches et autres formes de la publicité extérieure ..."
Blaues Kreuz	18	1	e	Zustimmung, unter Vorbehalt. Erläuterung siehe oben zu 18.1.e
Blaues Kreuz	18	1bis		Neu: "Die Verpackungen der Produkte sind einheitlich und farblich neutral zu gestalten"
Blaues Kreuz	18	2		Zustimmung
Blaues Kreuz	18	3		Zustimmung
Blaues Kreuz	19	1	a	Zustimmung
Blaues Kreuz	19	1	b	Zustimmung
Blaues Kreuz	19	1	c	Zustimmung
Blaues Kreuz	19	1	d	Neu:"Verkauf von Tabakprodukten und elektronischen Zigaretten über Automaten"

Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten: Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Blaues Kreuz	19	2	a	Zustimmung
Blaues Kreuz	19	2	b	Zustimmung
Blaues Kreuz	20	1	b	Zustimmung, unter Vorbehalt. Erläuterungen siehe oben zu 20.1
Blaues Kreuz	24			Bemerkung zu Art. 24 siehe oben zu 24
Blaues Kreuz	27a	1		Anpassung: Wer Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten herstellt oder einführt, muss dem BAG jährlich die Summen der Ausgaben für Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring in der Schweiz im Zusammenhang mit diesen Produkten melden, getrennt nach: a. Produktkategorien, b. Werbeform.
Blaues Kreuz	27a	2		Anpassung: Mehrere Unternehmen oder ihre Branchenverbände können die Gesamtsummen ihrer Ausgaben nach Produkten und Werbekategorien melden.
Blaues Kreuz	27a	3		streichen
Blaues Kreuz	30	4		Zustimmung
Blaues Kreuz	31a			Neu: Evaluation und Monitoring 1 Das BAG evaluiert regelmässig die Wirkung des Gesetzes in Bezug auf die Zweckbestimmung gemäss Art. 1. 2 Es führt insbesondere ein jährliches, nach Produkten differenziertes Monitoring des Tabak- und Nikotinkonsums durch.
Blaues Kreuz	45	1	f	Zustimmung. Bemerkung zu Art. 45 Abs. 1 und 2 siehe oben zu 45

Wenn Sie einzelne Tabellen im Formular löschen oder neue Zeilen hinzufügen möchten, so können Sie unter "Überprüfen/Dokument schützen/ Schutz aufheben" den Schreibschutz aufheben. Siehe Anleitung im Anhang.

**Teilrevision des Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten:
Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens**

Unser Fazit	
<input checked="" type="checkbox"/>	Zustimmung
<input checked="" type="checkbox"/>	Änderungswünsche / Vorbehalte
<input type="checkbox"/>	Grundsätzliche Überarbeitung
<input type="checkbox"/>	Ablehnung