

[Schweiz, Konsumentenforum kf, Belpstrasse 11, 3007 Bern](#)

Bundesamt für Gesundheit  
Direktionsbereich Verbraucherschutz  
Schwarzenburgstrasse 165  
3003 **Bern**  
[dm@bag.admin.ch](mailto:dm@bag.admin.ch)  
[tabak@bag.admin.ch](mailto:tabak@bag.admin.ch)

Bern, 21. März 2018

## Vernehmlassungsantwort Bundesgesetz über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (TabPG)

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir nehmen Bezug auf die Vernehmlassung zum zweiten Vorentwurf des neuen Bundesgesetzes über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (TabPG) im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens und danken für die Möglichkeit, dazu Stellung nehmen zu können.

### 1. Allgemeine Bemerkungen

Die Zusammenfassung von Bestimmungen zur Tabakregulierung, welche heute in der Lebensmittelgesetzgebung enthalten sind, in einem neuen Gesetz ist sinnvoll und verdient Unterstützung. Auch eine Verbesserung des Jugendschutzes mit einem **Mindestalter 18** zum Kauf von Tabakprodukten oder die **Regulierung neuer Produkte wie E-Zigaretten oder Snus** ist wünschenswert. Diese Anliegen sind im Vergleich zur ersten Vernehmlassung viel besser berücksichtigt. Auch die Weiterführung des heutigen Verbots von speziell an Minderjährige gerichteter Tabakproduktwerbung ist positiv. Hingegen erachten wir einige der neuen Bestimmungen als unnötig. Dies vor allem unter der Berücksichtigung der diesbezüglich klaren Haltung des Parlamentes bei der Beratung des ersten Entwurfes: Mindestabgabalter 18, ansonsten keine neuen Verbote. Die analoge Übernahme der Bestimmungen aus der Tabakverordnung hätte ausgereicht.

Jedoch hält sich der vom Bundesrat verabschiedete zweite Vorentwurf (2. Vernehmlassung) überhaupt nicht an diese Vorgaben und bringt **mehrere neue Verbote**. Das Konsumentenforum verurteilt diese Kompetenzüberschreitung, insbesondere das Verbot von Kundeninformationen (Angaben über Emissionswerte, Angaben über die Schädlichkeit des Produktes oder Angaben über besondere Eigenschaften wie „ohne Zusatzstoffe“), ganzen Produktkategorien wie z.B. Menthol-Produkte oder neue Werbeverbote in Gratis-Zeitungen, Internet und innerhalb von Verkaufsstellen.

Die bereits existierende Regulierung von Tabakprodukten und die Massnahmen zur Produktesicherheit, Aufklärung und Prävention sind erfolgreich. In den letzten 20 Jahren hat beispielsweise der Verkauf von Zigaretten von rund 15 Mrd. Stück auf unter 10 Mrd. Stück abgenommen. Zudem ist in den letzten 15 Jahren der Anteil der Rauchern absolut von über 33 % auf 25 % der Bevölkerung zurückgegangen (entspricht einem relativen Rückgang von über 25 %). Die Botschaft, dass Tabak zu Gesundheitsschäden führen kann, **ist somit bei den Konsumentinnen und Konsumenten angekommen**.

Das TabPG entspricht nicht unserer Vorstellung eines auf Selbstverantwortung beruhenden Konsums. So wird die Mündigkeit und Selbstverantwortung der Konsumenten nicht gestärkt, insbesondere deshalb nicht, weil nicht zwischen Genuss und Sucht differenziert wird. Das „Verteufeln“ von Tabakprodukten ist aus der Sicht des kf keine Strategie, die Erfolg bringt. Vielmehr sollte den Konsumenten vermittelt werden, dass es wie bei jedem Produkt auf ein sinnvolles Mass ankommt. Diese Vorstellung eines selbstverantwortlichen Handelns wird im ganzen TabPG nirgends aufgegriffen. Im Gegenteil: Anstelle eines Präven-

tionsweges wird ein Verbotsweg eingeschlagen. Nun sollte jedoch ein weiterer Schritt folgen, indem zwischen Sucht und Genuss unterschieden wird, da sich die Zahl der Sucht-Raucher nur durch einen mündigen Umgang mit dem Produkt Tabak senken lässt. Ein solcher sollte jedoch gefördert werden, und dies geschieht nicht durch Bevormundung.

Das Kf würde es deshalb begrüßen, wenn das BAG eine Strategie in die Richtung der mündigen Konsumenten einschläge. Wir sind überzeugt, dass nur so die Anzahl der Konsumenten weiter reduziert werden kann und die Genusskonsumenten nicht einer unnötigen und schädlichen Sozialdisziplinierung unterzogen werden.

## 2. Detailbemerkungen zur Konsumenteninformation

Für das Kf ist es wichtig, dass sich Konsumenten über die Produkte umfassend informieren können und in der Folge eigenständig entscheiden können, ob sie das Produkt konsumieren wollen oder nicht.

- In Art. 11 Abs. 1 lit. a E-TabPG soll auf das **Verbot der Konsumenteninformation „ökologisch“, „natürlich“ oder „ohne Zusatzstoffe“** verzichtet werden, das Verbot dieser Angaben ist zu streichen. Die Konsumenten informieren sich mit diesen Angaben über die Art der Produkte. Das Verbot dieser Konsumenteninformation auf den Verpackungen hätte die Eliminierung eines ganzen Segments von Tabakprodukten zur Folge.
- In Art. 11 Abs. 1 lit. b E-TabPG ist das **Verbot der Konsumenteninformation über die Teer-, Nikotin- und Kohlenmonoxid-Emissionen** von zum Rauchen bestimmten Produkte nicht nachvollziehbar. Die Behörden haben die Hersteller vor Jahren verpflichtet, diese Kundeninformation auf dem Produkt (Zigaretten) zu platzieren. Jetzt haben sich die Konsumenten an diese Information gewöhnt und nutzen diese als Differenzierungskriterium zwischen den verschiedenen Produkten (Stärke der Zigaretten). Nun soll diese Kundeninformation verboten und durch einen neuen, nichts aussagenden Warnhinweis ersetzt werden und so die Kunden verwirren. Damit würde eine wichtige Konsumenteninformation fehlen und gleichzeitig auch die Eigenverantwortung des mündigen Bürgers untergraben. Das Verbot über die Angabe der Emissionswerte auf den Packungen ist deshalb zu streichen.
- Art. 5 Abs. 1 lit. b E-TabPG ist auf das **Verbot von Zutat**, welche das Inhalieren erleichtern, gerichtet. Dies hätte unter anderem die Elimination des ganzen Segments von Menthol-Zigaretten zur Folge. Es ist nicht erwiesen, dass Menthol schädlicher ist als andere Zusatzstoffe. Die Konsumentin soll selber entscheiden können, ob er oder sie Produkte, welche Menthol enthalten, konsumieren will. Der 2. Halbsatz von Art. 5 Abs. 1 lit. b E-TabPG („oder das Inhalieren erleichtern“) ist deshalb zu streichen.
- Art. 17 Abs. 2 E-TabPG ist zu streichen: Das **Verbot von Werbung in Gratiszeitungen** und Prospekten, am Verkaufspunkt und im Internet sollte aufgehoben werden. Werbung ist nicht nur Produkt-, sondern auch Konsumenteninformation. Ein Verbot ist nicht zielführend, da weder Gratiszeitungen noch das Internet sich explizit an Minderjährige richten. WEMF-Studien belegen, dass mehr als 90% der Leserschaft von Gratiszeitungen Erwachsene sind. Das Internet wurde früher vielleicht einmal überdurchschnittlich von Minderjährigen genutzt, dem ist schon lange nicht mehr so. Ein solches Verbot würde Produkt- und Preisinformation aus Zeitungen und Prospekten verunmöglichen. Darüber hinaus würde in Zukunft der Kauf von Tabakprodukten durch Minderjährige sowieso verboten! Schliesslich wäre auch ein Verbot von Werbung unter 1.20m und neben Süssigkeiten erstmalig in der Schweiz. Der Gesetzgeber hat noch nie Gestaltungsvorschriften für Verkaufsstellen erlassen.

### 3. Fragebogen

Wir verzichten im Rahmen dieser Vernehmlassungsantwort auf weitere detaillierte Änderungsanträge der Gesetzesartikel und verweisen dabei auf die Ausführungen des Schweizerischen Gewerbeverbands.

Wir hoffen, dass Sie sich unserer Argumentation anschliessen können und stehen Ihnen für weitere Informationen oder Erläuterungen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen



Babette Sigg

Präsidentin Schweiz. Konsumentenforum kf