

Bern, 15. März 2026

Stellungnahme Teilrevision der Verordnung über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (Tabakprodukteverordnung, TabPV)

Die Swiss Public Health Doctors (SPHD), die Fachgesellschaft der eidgenössisch anerkannten Public-Health-Fachärztinnen und -ärzte, nimmt Stellung zur Teilrevision der Verordnung über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten. Wir tun dies wie folgt:

Allgemeine Bemerkung

Der Tabakkonsum gehört zu den wichtigsten Einflussfaktoren auf nichtübertragbare Krankheiten und verursacht jährlich rund 9500 Todesfälle und 3 Milliarden CHF Kosten für das Schweizerische Gesundheitswesen. Die Teilrevision ist eine direkte Folge der Annahme der Volksinitiative «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» im Jahr 2022 und zielt darauf ab, den Gesundheitsschutz, insbesondere für Kinder und Jugendliche, zu stärken. Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass die Mehrheit der Rauchenden vor dem 18. Lebensjahr mit dem Tabakkonsum beginnt, ist der Jugendschutz von zentraler Bedeutung. Jugendliche werden besonders stark von Werbung beeinflusst. Werbebeschränkungen sind daher ein wirksames Mittel, um den Tabakkonsum in dieser Altersgruppe zu reduzieren.

Die SPHD unterstützt deshalb im Wesentlichen die Teilrevision der Verordnung (TabPV) und die dargelegten Maßnahmen zur Begrenzung des Zugangs zu Tabak-Produkten für Minderjährige (Alterskontrollen); zur Reglementierung von Werbung, die Minderjährige erreicht; und zur Dokumentationspflicht über Werbeausgaben der Industrie.

Es scheint uns zentral, dass für die Umsetzung in den Kantonen ein Leitfaden erstellt wird, damit Konformität des Vollzugs ermöglicht wird. Kerngegenstand dieses Leitfadens soll beispielsweise die Abgrenzung zwischen verbotenen Formen von Werbung und erlaubten bzw. verpflichtenden Informationen (z.B. Preisanschrift, Produktpräsentation im Verkaufregal) sein. Folglich ist es wichtig den Werbebegriff genau zu definieren.

Die vorgeschlagenen Änderungen der einzelnen Artikel und die Notwendigkeit eines Leitfadens stützen die Stellungnahmen der Lungenliga, Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention, GDK und der FMH uneingeschränkt.

Bemerkungen zu einzelnen Artikeln

Die Tabakprodukteverordnung vom 28. August 2024⁵ wird wie folgt geändert:

Art. 1 Abs. 2 Bst. d^{bis}–d^{quinquies} und j
Wir haben keine Ergänzungen zu diesem Artikel.

2 Sie regelt:

d^{bis}. die Anforderungen und Kriterien für die Werbung in der Presse und im Internet;
d^{ter}. die Anforderungen an die direkte und persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos;

d^{quater}. geeignete Massnahmen betreffend das Sponsoring;

d^{quinquies}. die Alterskontrolle im Internet und bei der Abgabe mittels Automaten;

j. die Gebühren für die Kontrollen und Massnahmen des BAG.

Art. 14 Warnhinweis zu krebserregenden Stoffen

Wir gehen mit der GDK überein, dass die Zigarren und Zigarillos nicht von der Warnhinweispflicht ausgenommen werden dürfen. Aus medizinischer Sicht und Public Health Perspektive sind alle krebserregende Stoffe einheitlich zu regeln. Wir schlagen deswegen vor, Punkt 3 zu streichen.

1 Der Warnhinweis nach Artikel 13 Absatz 1 Buchstabe b TabPG bedeckt mindestens 50 Prozent einer der seitlichen Oberflächen der Verpackung.

2 Bei Verpackungen ohne seitliche Oberfläche bedeckt er mindestens 50 Prozent einer anderen äusseren Fläche oder einer inneren Fläche, die bei geöffneter Packung sichtbar ist.

~~3 Er ist für Zigarren und Zigarillos nicht obligatorisch.~~

Art. 18 Fläche der kombinierten Warnhinweise

Wir haben keine Ergänzungen zu diesem Artikel.

1 Kombinierte Warnhinweise bestehen aus drei Elementen in folgendem Verhältnis:

a. befindet sich der Text unter der Fotografie:

1. Fotografie: 50 Prozent,
2. Text zur Fotografie: 30 Prozent,
3. Informationen über die Raucherentwöhnung: 20 Prozent;

b. befindet sich der Text neben der Fotografie:

1. Fotografie: 40 Prozent,
2. Text zur Fotografie: 40 Prozent,
3. Informationen über die Raucherentwöhnung: 20 Prozent.

2 Beim Verhältnis Text zur Fotografie sowie Informationen über die Raucherentwöhnung ist eine Marge von 5 Prozent zugelassen.

3a. Kapitel: Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring

Art. 20a Werbung in der Presse

Wir schlagen eine längere Dokumentationspflicht als drei Jahre vor und bitten den Gesetzgeber die Dauer entweder an übliche Aufbewahrungszeiträume für Steuerdaten in der Industrie oder dem Humanforschungsgesetz anzugleichen.

1 Wer in einem Presseerzeugnis Werbung für Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten schaltet, muss folgende Elemente dokumentieren:

- a. den Nachweis:
 1. dass es sich um eine Publikation handelt, die mehrheitlich über Abonnemente verkauft wird,
 2. dass die Leserschaft zu mindestens 98 Prozent aus Erwachsenen besteht;
- b. den Namen der betreffenden Publikation;
- c. die Erscheinungsdaten der Werbung;
- d. eine Kopie der Seite der Publikation mit der Werbung bei ihrem ersten Erscheinen.

2 Die Dokumente nach Absatz 1 sind für mindestens drei Jahre aufzubewahren

3 Diese Dokumente sind auf Verlangen der zuständigen kantonalen Behörden unverzüglich oder innerhalb der von ihr festgelegten Frist vorzulegen.

4 Die Dokumente nach Absatz 1 Buchstabe a:

1. werden nach einer Methodik nach aktuellem Stand der Wissenschaft im Bereich der Medienforschung erstellt;
2. werden in der beim ersten Erscheinen der Werbung neuesten verfügbaren Version vorgelegt; diese darf nicht älter sein als vom Vorjahr.

Art. 20b Auf den Schweizer Markt ausgerichtete Werbung im Internet

Wir haben keine Ergänzungen zu diesem Artikel.

Zur Bestimmung, ob die Werbung oder der Hinweis auf Verkaufsförderung oder Sponsoring auf den Schweizer Markt ausgerichtet ist, werden insbesondere folgende Kriterien berücksichtigt:

- a. der Domainname enthält einen Bezug zur Schweiz;
- b. für die Werbung, das Angebot oder die Bestellung wird eine schweizerische Amtssprache verwendet;
- c. die Preise sind in Schweizer Franken angegeben oder die Zahlung kann in Schweizer Franken erfolgen;
- d. das Produkt kann in die Schweiz versandt werden.

Art. 20c Direkte und persönlich ausgeführte Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos

Aus medizinischer Sicht und Sicht des Gesundheitsschutzes sollte auch hier keine Unterscheidung zwischen Zigarren und Zigarillos und anderen Tabakwaren gemacht werden. Wir schlagen vor, den Artikel 20c gegenstandslos zu streichen und keine direkte und persönlich ausgeführte Verkaufsförderung zuzulassen. Somit entfällt auch eine Sonderregelung für Minderjährige. Sollte der Artikel nicht gestrichen werden, muss zwingend präzisiert werden, wie der Jugendschutz zu implementieren ist, sprich ein explizites Zugangsverbot für Kinder und Jugendliche muss formuliert sein. Ebenfalls stützen wir explizit den Vorschlag der Lungenliga Schweiz und der Arbeitsgruppe Tabakprävention dass auch in solchen Bereichen die Bestimmungen der Passivrauchgesetzgebung und Bestimmungen zu Belüftung eingehalten werden müssen. Sollte der Artikel 20c nicht gestrichen werden, schlagen wir folgende Anpassungen vor:

1 Die Verkaufsförderung für Zigarren und Zigarillos richtet sich ausschliesslich an volljährige Personen, die schon Kundinnen und Kunden des Unternehmens sind.

2 Findet die Verkaufsförderung an einem öffentlich zugänglichen Ort statt, wird sie in einem von anderen Bereichen getrennten Bereich durchgeführt **und eine Alterskontrolle mit Zugangsverbot für Minderjährige zum getrennten Bereich eingeführt.**

3 **In diesen Bereichen gelten die Bestimmungen der Passivrauchgesetzgebung, wie auch kantonalen Bestimmungen (z.B. zu Belüftung und andere).**

Art. 20d Geeignete Massnahmen betreffend das Sponsoring

Angelehnt an unsere Rückmeldung zu Artikel 20c schlagen wir auch hier vor, Artikel 20d gegenstandslos zu streichen. Im Einklang mit der WHO fordern wir ein umfassendes Werbe- und Sponsoringverbot, da Tabakkonsum eine der Hauptursachen für vermeidbare Erkrankungen ist. Bei einem umfassenden Sponsoringverbot entfällt auch die Problematik der separaten Implementierung des Jugendschutzes und damit verbundenen Kontrollen und anfallenden Kosten.

1 Eine Veranstaltung, die von Minderjährigen besucht werden kann, darf Gegenstand eines Sponsorings sein, wenn:

- a. keinerlei Werbung für Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten von ausserhalb des Orts, an dem sie sich befindet, sichtbar ist;
- b. Minderjährigen der Zutritt zu diesem Ort untersagt ist.

2 Das Zutrittsverbot für Minderjährige ist am Eingang zum Ort, an dem sich die Werbung befindet, gut sichtbar angebracht.

3 Das Alter wird anhand eines Ausweises kontrolliert.

3b. Kapitel Alterskontrolle im Internet und bei der Abgabe mittels Automaten

Die Präzisierung der Alterskontrolle und den Vorgaben zum Nachweis der Volljährigkeit wird vom SPHD-Vorstand ausdrücklich befürwortet und sollte unter keinen Umständen abgeschwächt werden. Wir haben keine Ergänzungen für die Artikel unter Kapitel 3b.

Art. 20e Grundsatz

Das System zur Alterskontrolle ermöglicht eine zuverlässige Feststellung der Volljährigkeit der kontrollierten Person anhand des vorgelegten Nachweises.

Art. 20f Nachweis der Volljährigkeit

1 Der Nachweis der Volljährigkeit wird erbracht mittels:

- a. eines Ausweises nach dem Ausweisgesetz vom 22. Juni 2001⁶;
- b. eines Ausweises nach Artikel 41 des Ausländer- und Integrationsgesetzes vom 16. Dezember 2005⁷;
- c. der elektronischen Identität nach dem E-ID-Gesetz vom 20. Dezember 2024⁸;
- d. anderer elektronischer Identifikationsmittel, die der Vertrauensstufe 3 der Norm ISO/IEC 29115:2013(E)⁹ entsprechen.

2 Wenn der Nachweis der Volljährigkeit mittels der Dokumente nach Absatz 1 Buchstabe a oder b erbracht wird, umfasst die Alterskontrolle auch ein Authentifizierungsverfahren nach den technologischen Entwicklungen.

Art. 20g Alterskontrolle

1 Die Alterskontrolle erfolgt:

- a. bei Bereitstellen des Produkts auf dem Markt über das Internet vor dem Verkaufsabschluss;
- b. bei Werbung im Internet vor dem Zugang zur Werbung;
- c. bei Automaten vor der Abgabe des Produkts.

2 Wenn die kontrollierte Person beim Unternehmen, das zur Überprüfung ihres Alters verpflichtet ist, in ihr Benutzerkonto eingewählt ist, kann für die nächsten zwölf Monate auf eine erneute Kontrolle verzichtet werden, wenn:

- a. sie zustimmt, dass der Nachweis ihrer Volljährigkeit über diesen Zeitraum aufbewahrt wird;
- b. der Zugang zum Konto auf einem Authentifizierungsverfahren mit mindestens zwei Faktoren beruht.

Art. 20h Dokumentation

1 Wer ein System zur Alterskontrolle bereitstellt, muss Folgendes dokumentieren:

- a. die Beschreibung des Systems zur Alterskontrolle;
- b. die Liste der beschafften Daten.

2 Die Dokumente sind auf Verlangen der zuständigen Behörden von Bund oder Kantonen unverzüglich oder innerhalb der von ihr festgelegten Frist vorzulegen.

Art. 22 Abs. 1 Einleitungssatz

1 Wer Zigaretten oder nikotinhaltige Produkte auf dem Markt bereitstellt, muss den Nachweis erbringen, dass diese Produkte insbesondere folgende Vorgaben einhalten:

Art. 25 Sachüberschrift und Abs. 2^{bis}

Meldung von Produkten

2^{bis} Die Dokumente zu den Angaben nach Artikel 27 Absatz 2 TabPG dürfen nicht älter sein als sechs Monate zum Zeitpunkt:

- a. der Bereitstellung des Produkts auf dem Markt; oder
- b. der Änderung seiner Zusammensetzung.

Art. 26 Abs. 2 Bst. a

2 Unter Vorbehalt von Absatz 3 dürfen ohne Angabe der Bezeichnung oder der Menge in einer einzigen Kategorie, zum Beispiel Aromen, zusammengefasst werden:

- a. für Tabakprodukte: Zutaten mit einem Gewichtsprozent von weniger als 0,1 Prozent des Produkts oder des Rohtabaks;

Art. 29 Einleitungssatz und Abs. 1 Bst. c und 2

1 Eine Konsumentin oder ein Konsument ist berechtigt, ein Produkt einzuführen, das nicht dem TabPG entspricht, sofern folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- c. seit der letzten Einfuhr sind mindestens 30 Tage vergangen.

2 Die in Absatz 1 Buchstabe b genannte Menge für die verschiedenen Produktarten ist in Anhang 3a aufgeführt.

Art. 34 Abs. 3 Bst. d

3 Das BAZG kann folgende Massnahmen treffen:

- d. Vernichtung der Produkte.

6a. Kapitel Gebühren für Kontrollen durch das BAG

Wir haben keine Ergänzungen für die Artikel unter Kapitel 6a.

Art. 46a Erhebung von Gebühren

1 Das BAG kann Gebühren für die Kontrollen der Einhaltung der Werbeeinschränkungen und der Erfüllung der Anforderungen an das System zur Alterskontrolle im Internet, in Applikationen und anderen elektronischen Medien erheben, wenn die Kontrollen zu Beanstandungen führen.

2 Soweit die vorliegende Verordnung keine anderslautende Regelung enthält, gelten die Bestimmungen der Allgemeinen Gebührenverordnung vom 8. September 2004¹⁰ (Allg-GebV).

Art. 46b Gebührenbemessung

1 Die Gebühren werden nach Zeitaufwand bemessen.

2 Der Stundenansatz darf 200 Franken nicht überschreiten.

3 Ein Aufwand von weniger als einer Stunde wird nicht in Rechnung gestellt.

4 Für Verwaltungshandlungen nach Artikel 5 Absatz 3 AllgGebV¹¹ können Zuschläge bis zu 50 Prozent der ordentlichen Gebühr erhoben werden.

Art. 46c Auslagen

Als Auslagen gelten neben den Kosten nach Artikel 6 Absatz 2 AllgGebV¹² Kosten, die durch Beweiserhebung verursacht werden.

Art. 47 Abs. c

Das BAG passt folgende Anhänge an:

Anhang 3a durch bedarfsweise Änderung der als Durchschnittsverbrauch geltenden Menge.

Art. 49 Abs. 2

2 Tabakprodukte und elektronischen Zigaretten, deren Kennzeichnung nicht den Artikeln 14 Absatz 1 oder 2 oder 18 entspricht, dürfen noch bis zum 31. Dezember 2027 nach bisherigem Recht eingeführt und hergestellt werden. Sie können bis zur Erschöpfung der Bestände, höchstens aber bis zum 31. Dezember 2028 nach bisherigem Recht an Konsumentinnen und Konsumenten abgegeben werden.

Für die Berücksichtigung unserer Anregungen und die Berücksichtigung unserer Anliegen danken wir Ihnen bestens.

Freundliche Grüsse



Prof. Dr. med. Monika Müller, PhD

Vorstandsmitglied der Swiss Public Health Doctors