



## Richtlinien zu Art. 70 Gesundheitsgesetz GDB 810.1: Vollzug der Werbebeschränkung für Tabakprodukte und Alkohol

### Einleitung

**Die Werbung für gebrannte Wasser (Spirituosen und spirituosehaltige Getränke wie Alcopops, Cocktails, Apéritifs, etc.) richtet sich nach Bundesrecht (Art. 42b des Alkoholgesetzes).**

Für den Vollzug der Werbebeschränkung für Suchtmittel spezifizieren folgende Richtlinien Art. 70 des kantonalen Gesundheitsgesetzes

### Art. 70 "Plakatwerbeverbot für Tabakprodukte und alkoholische Getränke

**1 Die Plakatwerbung für Tabakprodukte und Alkohol ist auf öffentlichem Grund verboten."**

#### 1. Gegenstand der Werbung

Diese Richtlinien betreffen die Werbung für folgende Suchtmittel:

- Getränke mit vergorenem Alkohol wie Wein, Bier, Apfelwein, etc.
- Tabakhaltige Produkte wie Zigaretten, Zigarren, usw.

#### 2. Formen der Werbung und Werbeverbot

- a.** Jede *weiträumig wahrnehmbare Werbung* für Tabakprodukte und Alkohol mittels Schrift oder Logo ist verboten. Dies bedeutet:  
Verboten ist Werbung, die optisch oder akustisch aus einer Distanz von 10 Metern gelesen oder verstanden werden kann, *zum Beispiel* Werbung auf/mit:
- Plakaten, Leuchtreklamen, Grossbildschirmen
  - Bandenwerbung, Wandbildern, im Boden eingelegte Werbung
  - Fahnen
  - Werbeflächen mit mehr als 100 cm<sup>2</sup> (z.B. Sporttenuer-Werbung); wird mit mehreren Werbeflächen für dasselbe Produkt geworben, ist der Gesamteindruck massgebend.
  - Sandwichmen/tragbare Plakatraahmen/Werbeschilder zur mobilen Werbung
  - Lautsprecher.
- b.** Ausnahmen:  
*Nicht unter den Begriff Plakatwerbung fallen, bzw. zulässig ist:*
- Kleinflächige Werbung an Plakatsäulen, Auslagen in einem Schaufenster, Werbung an einem Verkaufsstand, Werbung in einem Geschäft an Gestellen, Inserate in Printmedien, Flyer, kleine Aufkleber;
  - Hinweise auf Anlässe zur Verkaufsförderung für Wein, Bier und andere Getränke mit weniger als 15 Volumenprozent Alkohol (z.B. Werbung für Weindegustation);
  - Werbung in Sportprogrammheften (z.B. Matchhefte)
  - Kleine Werbeträger und Funktionswerbeträger, z.B. Feuerzeuge, Aschenbecher, Wirtshaus- und Betriebsschilder (z.B. Restaurant, Kiosk, Weinhandlung), Son-

nenstoren, Sonnenschirme, Ausschanktheken, Kühlschränken, Servicematerial, Getränkewagen.

- An Fumoirs und vergleichbaren Einrichtungen darf das Firmenlogo des Sponsors dieser Einrichtung angebracht sein.

### **3. Ort der Werbung**

*Unzulässig* ist Werbung für Tabakprodukte und/oder Alkohol an folgenden Orten:

#### **a. Öffentlicher Grund**

Als öffentlicher Grund gelten Boden, bzw. Grundstücke, Flächen, Gebäude, die der öffentlichen Hand gehören (Eigentum oder Besitz), zum Beispiel:

- Strassen und Plätze
- Grünanlagen (z.B. Parks), Spielplätze
- Schulhausplätze
- Sportplätze.

*Nicht um öffentlichen Grund* handelt es sich zum Beispiel bei:

- Sportplätzen auf privatem Grund (z.B. Tennis-, Golfplätze, etc.), die *im Eigentum von Privaten sind*.

#### **b. Öffentliche Gebäude**

Öffentliche Gebäude sind Gebäude im Eigentum oder im Besitz der öffentlichen Hand oder von Privaten, die der öffentlichen Hand dienen und/oder im Allgemeinen für die Bevölkerung zugänglich sind. Das gilt insbesondere für:

- Gebäude der öffentlichen Verwaltung
- Schulhäuser
- Sportstätten/Turnhallen, Mehrzweckhallen
- Kulturhäuser, Theater, Kinos, Jugendhäuser
- Kirchen
- Verkaufsgeschäfte und Einkaufszentren
- Bahnhöfe, Busbahnhöfe
- Spitäler, Heime, Gesundheitszentren.

*Nicht um öffentliche Gebäude* handelt es sich bei:

- Gewerbe- und Industriegebäude ohne Publikumsverkehr
- Klubhäuser privater Sportvereine, die nur den Mitgliedern zugänglich sind
- Einem von einem Verein für seine Mitglieder betriebenen Weinkeller.

- c. Wird öffentlicher Grund oder ein öffentliches Gebäude an Private vermietet (z.B. Turnhallen, etc.), wird damit auch das Werbeverbot für Tabakprodukte und Alkohol an die Mieterschaft übertragen. Das heisst, das Werbeverbot für Tabakprodukte und Alkohol hat auch für die Mieterschaft, die ein öffentliches Gebäude mietet, Geltung.

Dies gilt auch für Strassen und Plätze, die im Eigentum der öffentlichen Hand sind, und zum Beispiel für ein Festareal abgegrenzt und/oder vermietet werden.

### **4. Verbot täuschender Werbung**

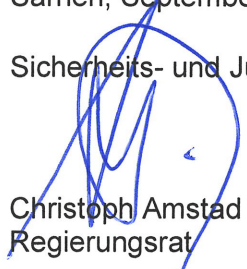
Jede Form von täuschender Werbung ist verboten.

### **5. Werbung an Orten und Veranstaltungen mit Kindern und Jugendlichen**

Verboten ist Werbung für Tabakprodukte und/oder Alkohol an Orten und Veranstaltungen, die hauptsächlich von Kindern und Jugendlichen besucht werden.

Sarnen, September 2017

Sicherheits- und Justizdepartement



Christoph Amstad  
Regierungsrat

**<sup>1</sup> Grundlagen:**

- Art. 42b Alkoholgesetz, Bundesgesetz über die gebrannten Wasser vom 21. Juni 1932 (Stand am 1. Januar 2017), SR 680 (siehe Auszug unten)
- Richtlinien zum Vollzug der Werbebeschränkung für Suchtmittel vom 21.01.2014 (Fassung 23.09.2014) des Kantons Zürich, Gesundheitsdirektion.
- Auskunft Rechtsauslegung und Erwägungen von Dr. iur. Notker Dillier, Staatskanzlei/Rechtsdienst Obwalden vom 25. April 2017 und daraus zitierte Quellen:
- Botschaft des Regierungsrats zu einer Revision des Gesundheitsgesetzes vom 16. Juni 2015, S. 15 und S. 90 f.
- Protokoll der Sitzung des Kantonsrats vom 22. Oktober 2015, S. 66 ff.
- Protokoll der Sitzung des Kantonsrats vom 22. Oktober 2015: Votum Kantonsrat Branko Balaban, S. 66.
- Protokoll der Sitzung des Kantonsrats vom 2. und 3. Dezember 2015, S. 138 f.
- Häfelin/Müller/Uhlmann, Allgemeines Verwaltungsrecht, 7. Auflage, Zürich/St. Gallen 2016, N 179 sowie Rz 2252 ff.
- Wiederkehr, in: Wiederkehr/Richli, Praxis des allgemeinen Verwaltungsrechts, Rz 950 ff.

Art. 42b Alkoholgesetz, Bundesgesetz über die gebrannten Wasser vom 21. Juni 1932 (Stand am 1. Januar 2017), SR 680:

VI. Beschränkung der Werbung

<sup>1</sup> Die Werbung für gebrannte Wasser darf in Wort, Bild und Ton nur Angaben und Darstellungen enthalten, die sich unmittelbar auf das Produkt und seine Eigenschaften beziehen.

<sup>2</sup> Preisvergleichende Angaben oder das Versprechen von Zugaben oder anderen Vergünstigungen sind verboten.<sup>2</sup>

<sup>3</sup> Verboten ist die Werbung für gebrannte Wasser

- a. in Radio und Fernsehen;
- b. in und an öffentlichen Zwecken dienenden Gebäuden oder Gebäudeteilen und auf ihren Arealen;
- c. in und an öffentlichen Verkehrsmitteln;
- d. auf Sportplätzen sowie an Sportveranstaltungen;
- e. an Veranstaltungen, an denen vorwiegend Kinder und Jugendliche teilnehmen oder die vorwiegend für diese bestimmt sind;
- f. in Betrieben, die Heilmittel verkaufen oder deren Geschäftstätigkeit vorwiegend auf die Gesundheitspflege ausgerichtet ist;
- g. auf Packungen und Gebrauchsgegenständen, die keine gebrannten Wasser enthalten oder damit nicht im Zusammenhang stehen.

<sup>4</sup> Es dürfen keine Wettbewerbe durchgeführt werden, bei denen gebrannte Wasser als Werbeobjekt oder Preis dienen oder ihr Erwerb Teilnahmebedingung ist.

<sup>1</sup> Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 19. Dez. 1980, in Kraft seit 1. Jan. 1983, mit Ausnahme von Abs. 3 Bst. b, c, d und g, die am 1. Jan. 1985 in Kraft treten (AS 1982 694; BBl 1979 I 53).

<sup>2</sup> Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 4. Okt. 1996, in Kraft seit 1. Febr. 1997 (AS 1997 379; BBl 1996 I 369).