

Handels- und Werbebestimmungen für Spirituosen

Das Wichtigste in Kürze

Übermässiger Alkoholkonsum lässt sich mittels Marktregulierung kostengünstig und wirksam eindämmen. Das in Revision befindliche Alkoholverordnung sieht dafür verschiedene Massnahmen vor. Im Bereich Spirituosen sind neben der Besteuerung Handels- und Werbevorschriften zu nennen.

Werbung für Spirituosen darf unter anderem keine Life-Style-Darstellungen enthalten und keine Vergünstigungen versprechen. Denn diese animieren Konsumierende zum Kauf von Spirituosen oder dazu, viel Alkohol innerhalb kurzer Zeit zu trinken, eine besonders durch Jugendliche praktizierte und alarmierende Konsumform (Binge-Drinking). An Jugendliche unter 18 Jahren dürfen Spirituosen nicht verkauft werden.

Handels- und Werbestimmungen im Dienste der Gesundheit

Alkoholkonsum ist einer der wichtigsten Risiko- und Krankheitsfaktoren. Rund 2000 Todesfälle gehen in der Schweiz jährlich auf das Konto übermässigen Alkoholkonsums. Sechs Jugendliche werden pro Tag in ein Schweizer Spital eingeliefert. Diagnose: Alkoholvergiftung.

Zwar wurden in einigen Bereichen Fortschritte erzielt, etwa bei der Senkung der Anzahl alkoholbedingter Verkehrsunfälle. Doch kommt es in der Öffentlichkeit vermehrt zu exzessivem Alkoholkonsum. Nicht selten hinterlassen solche Anlässe grosse Abfallberge oder enden mit gewalttätigen Auseinandersetzungen alkoholisierter Personen. Staatliche Eingriffe in den Alkoholmarkt, mit dem Ziel eines individuell und gesellschaftlich verantwortungsvollen Umgangs mit alkoholischen Getränken, sind deshalb weiterhin geboten.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Finanzdepartement EFD

Zusammenarbeit zwischen Bund und Kantonen

Die Kontrolle der Werbevorschriften für Spirituosen fällt in den Zuständigkeitsbereich der Eidgenössischen Alkoholverwaltung (EAV). Für die Einhaltung der Handelsvorschriften sind die Kantone verantwortlich. Stellt die EAV Widerhandlungen fest, deren Strafrechtsverfolgung in der Kompetenz der Kantone liegt, werden diese den zuständigen Stellen gemeldet.

Die Koordinationsstelle der EAV für Handel und Werbung (KHW) berät die Spirituosen- und Werbebranche sowie die Kantone, die mit der Durchsetzung der Handelsbestimmungen betraut sind. Sie leistet so einen wertvollen Beitrag zur Einhaltung der Handels- und Werbevorschriften im Bereich der Spirituosen. Jährlich werden der KHW rund 300 Werbeprojekte zur Stellungnahme unterbreitet. Diese Dienstleistung wird kostenlos angeboten.

Erstes Bundesgerichtsurteil über Lockvogelangebote

Das Bundesgericht hat die Praxis der EAV hinsichtlich ihres Vorgehens gegen das Versprechen von Vergünstigungen für Spirituosen bestätigt. Das Leiturteil vom 6. Oktober 2010 erwähnt folgende zentralen Punkte:

- Massgebend sei die Wahrnehmung eines Werbetextes durch einen Durchschnittskonsumenten. Dieser könne aufgrund eines Angebots annehmen, es liege eine Vergünstigung vor.
- In einem Werbetext zum «Schnägge-Fritig» oder zur «Happy Hour» gehe es darum, Kunden anzulocken und diese zum Trinken zu animieren. Dies widerspreche dem Sinn und Zweck des Alkoholgesetzes, nämlich der Mässigung des Alkoholkonsums.
- Entscheidend sei nicht, ob eine Vergünstigung tatsächlich gewährt wird, weil bereits das «Versprechen» einer Vergünstigung eine Widerhandlung gegen das Alkoholgesetz darstellt.