

Stellungnahme von

Name / Firma / Organisation : ecology discovery foundation
Abkürzung der Firma / Organisation : ecoglobe
Adresse : 14 bd. Carl-Vogt
1205-Genf
Kontaktperson : Helmut Lubbers
Telefon : 022 3212320
E-Mail : Helmut@ecoglobe.ch
Datum : 10 September 2014

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 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. Ihre elektronische Stellungnahme senden Sie bitte **als Word-Dokument** bis am 12. September 2014 an folgende E-Mail Adresse:
dm@bag.admin.ch und tabak@bag.admin.ch
5. Spalte "Name/Firma" muss nicht ausgefüllt werden.

Herzlichen Dank für Ihre Mitwirkung!

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Bemerkungen	2
Erläuternder Bericht (ohne Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln")	4
Erläuternder Bericht Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln"	5
Entwurf Tabakproduktegesetz	5
Unser Fazit	6

Vorentwurf Tabakproduktegesetz (TabPG): Vernehmlassungsverfahren

Allgemeine Bemerkungen	
Name/Firma	Bemerkung/Anregung
ecoglobe	1. Es ist gut, dass die Tabakprodukte aus dem Bereich der Lebensmittel herausgenommen werden.
ecoglobe	2. Wichtigste Punkte in einem neuen Tabakproduktegesetz sind (a) die Vorbeugung, dass Kinder und Jugendliche mit dem Rauchen anfangen, und (b) die Verminderungen der Schäden durch Aktiv- und Passivrauchen.
ecoglobe	3. Die Fokussierung auf (c) Entwöhnung ist weit weniger erfolgversprechend und geht meistens davon aus, dass Rauchende aufhören wollen. Diese Entwöhnungsanstrengungen sind eine indirekte Bestätigung der Lüge der Tabakindustrie, Rauchen sei die freie Wahl Erwachsener.
ecoglobe	4. Die Überwachung der „Qualität“ bzw. der Schädlichkeit der Tabakprodukte darf an letzter Stelle stehen, weil sie in gewisser Weise als verdeckte Werbung fürs Rauchen verwendet werden kann.
ecoglobe	5. Die ganz grosse Mehrheit der Rauchende haben als Kind oder als Jugendliche damit angefangen. Wer im Erwachsenenalter nicht raucht, hat nur ein kleines Risiko, mit dem Rauchen zu beginnen. Kinder sind zwangsläufig das Hauptziel der Verkaufspromotion der Tabakindustrie. Ohne neurauchende Kinder stirbt die Industrie, weil ihr der Nachwuchs fehlt.
ecoglobe	6. Verbote für Kinder und Jugendliche (Mindestalter 18) erhöhen die Attraktivität des Verbotenen. Das Mindestalter ist eine Bestätigung der Lüge der Tabakindustrie, Rauchen sei die freie Wahl Erwachsener. Kinder und Jugendliche müssen durch Förderung ihres autonomen Selbstbewusstseins in die Lage versetzt werden, sich gegen das Rauchen zu entschliessen, sowie durch das gute Beispiel Erwachsener.
ecoglobe	7. Psychologische Beweggründe (Motivation) um mit dem Rauchen anzufangen sind (a) die Nachahmung anderer und Erwachsener, (b) (jugendliche) Neigungen, das Verbotene auszuprobieren, (c) "Erwachsen" sein wollen, (d) Gruppendruck.
ecoglobe	8. Das schlechte Beispiel (Nachahmung) kann wirkungsvoll verringert werden, indem (a) an möglichst vielen Orten das Rauchen verboten ist, (b) Werbung und Sponsoring in allen ihren offenen und verdeckten Formen verboten ist.
ecoglobe	9. Die Behörden sollen nicht mehr auf die Einflüsterungen der Tabakindustrie und ihrer Verbündeten in Gastwirtschaft und Werbebranche hören. Eine jegliche Zusammenarbeit mit der Tabakindustrie ist deshalb strikte abzulehnen. Die Industrie benutzt alle möglichen Schleichwege um ihre Stellung zu behalten. Ihre "Ratschläge" sind ausnahmslos zu ihren Gunsten.
ecoglobe	10. Die Behörden müssen mutig sein und den neuesten Erkenntnissen und Erfolgen von Massnahmen in anderen Ländern folgen, namentlich mit bezug auf Einheitsverpackungen (Australien).
ecoglobe	11. Die herkömmliche Haltung eines gewissen "Respekts" für die Rauchenden beruht auf der Lüge, Rauchen sei ein freier Entscheid Erwachsener und ein akzeptables Verhalten. Rauchen ist keine "Freiheit". Die Freiheit des einen hört dort auf, wo die Freiheit anderer

Vorentwurf Tabakproduktegesetz (TabPG): Vernehmlassungsverfahren

	(auf normale Luft, keine Rauchbelästigung) beeinträchtigt wird.
ecoglobe	12. Rauchende sollen dargestellt und behandelt werden als das, was sie wirklich sind: Nikotinsüchtige und Opfer der Tabakwerbung und der schlechten Beispiele. Dementsprechend gibt es keine sogenannte "Nichtraucher" und "Nichtraucherinnen" sondern nur normale, gesunde Menschen einerseits und Nikotinabhängige und Süchtige andererseits. Die Wörter "Nichtraucher" und "Nichtraucherinnen" dürfen nicht mehr benutzt werden. Die Norm ist normales, gesundes Verhalten und nicht die Krankheit der Nikotinsucht, d.h. des Rauchens.
ecoglobe	13. Antirauchaktionen dürfen durchaus neue Wege beschreiten. Anstelle von Darstellungen, die auf der sogenannten aber falschen „Freiheit“ der Wahl beruhen, können frechere Darstellungen verwendet werden, wie z. B. Rauchende als irreführte Opfer, respektlose Luft- und Umweltverschmutzer, schlechte Beispiele, und dergleichen.
ecoglobe	14. Tabakprodukte sollen in neutraler Einheitsverpackung in den Verkauf gelangen. Die Verpackungen dürfen zusätzlich zum Inhalt nur den Namen des Produkts und des Herstellers zeigen, in schwarzen Buchstaben auf grauem Hintergrund. Logos und andere Erkennungsmerkmale (Farben, Formen) des Anbieters sind nicht erlaubt. Damit fallen wichtige Funktionen der Verpackung weg, nämlich die Identifikation des Rauchenden mit der Marke und die Werbung.
ecoglobe	15. "Täuschungsschutz" (TabPG Art. 5) "Art. 5 1 "Die Aufmachung, die Kennzeichnung und die Verpackung der Tabakprodukte sowie die Werbung für sie dürfen die Konsumentinnen und Konsumenten nicht täuschen." 15.1 Wenn die Werbung verboten wird, ist dieser Artikel überflüssig. 15.2 Tabakprodukte täuschen immer, ganz grundsätzlich. Die Anbieter suggerieren Freiheit, Lebensfreude und Genuss. Sie liefern Abhängigkeit, Unglück durch Krankheit und verfrühtes Sterben, sowie Belästigung von normalen Menschen durch Rauch und Abfall. 15.3 Wenn die Bestimmungen des Gesetzes 241 über den unlauteren Wettbewerb angewendet und durchgesetzt werden (vgl. Verfassung Art. 6 über die Verantwortung eines jeden im Lande) wäre alle Werbung in allen ihren offenen und verdeckten Formen bereits jetzt eliminiert. Denn was ist unlauterer als Freiheit, Freude und Genuss zu versprechen und Abhängigkeit, Krankheit und Unglück zu liefern?
ecoglobe	16. Das neue TabPG soll das Bundesgesetz 241 gegen den unlauteren Wettbewerb namentlich auf Tabakprodukte anwendbar erklären.
ecoglobe	17. Art. 7: Zusätzliches Glied 4: "Es dürfen nur Zigaretten im Standardformat und nicht im schlanken (slim) Format in den Handel gebracht werden weil das "slim" werbetechnische Assoziationen weckt zu einem erwünschten Schlanksein.
ecoglobe	18. Werbung soll allgemein verboten sein, in allen ihren offenen und verdeckten Formen, auch auf Aschenbecher und Anzündler, Sonnenschirmen und dergleichen, sowie in Innern der Verkaufsräume. Markenhinweise und Plakate sind auch auf Augenhöhe von Kindern, welche das hauptsächliche Ziel der Werbung darstellen, auch wenn die Tabakindustrie anders behauptet.
ecoglobe	19. Es ist widersinnig, Sponsoring für bestimmte Anlässe (Musik) zuzulassen. Es verletzt die Einheit der Materie. Wenn Musikanlässe Förderung bekommen sollen, so sind die Mittel dafür unabhängig vom Tabakbereich zu sprechen.

Vorentwurf Tabakproduktegesetz (TabPG): Vernehmlassungsverfahren

ecoglobe	20. Wenn die Bestimmungen über schädliche Gase des Umweltschutzgesetzes 1983 auf Tabakrauch anwendbar erklärt werden, ist Tabakrauch, drinnen sowie draussen verboten.
ecoglobe	21. Rauchverbote (kein Gegenstand dieses Gesetzes) sollen auch für Fahrzeuge gelten (Passivrauch, Unfallgefahr), sowie im Freien auf Terrassen (Passivrauch!)
ecoglobe	22. Gewichtung der Eingaben zur Vernehmlassung. 22.1 Wegen ihrer Eigeninteressen sollen die Eingaben der Werbe-, Gastwirtschaft- und Tabakbranche erst an allerletzter Stelle und sehr kritisch betrachtet werden. 22.2 Eingaben von behördlicher Seite sollten auch danach gemessen werden, ob die eingebenden Personen genügend motivationspsychologische Kompetenz haben, namentlich mit Bezug auf die Verbote der Abgabe von Tabakprodukten an Jugendliche, welche motivationstechnisch kontraproduktiv sind. Die Tabakindustrie spricht sich für Altersverbote aus, weil diese gegenwärtig die beste Lösung für sie ist und weil solche Verbote eine Bestätigung der Lüge der Industrie darstellt, Rauchen sei ein freier Entscheid Erwachsener.
ecoglobe	23. Der Bund, bzw. das BAG soll Mut zeigen und althergebrachte Ideen über Respekt, Entwöhnung, Terminologie und dergleichen hinter sich lassen. Raucher können als Nikotinesüchtige bezeichnet werden, im Gegensatz zu der grossen Mehrheit der Bevölkerung, welche als normale, gesunde Menschen zu bezeichnen sind. Antitabakaktionen können durch neue, freche Plakate und Cartoons gestaltet werden, weg vom altbackenen Nichtraucher, zum frecheren Rauchen ist blöd. Da gibt es eine ganze Palette von Gestaltungsmöglichkeiten.
ecoglobe	

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.

Erläuternder Bericht (ohne Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln")

Name/Firma	Kapitel-Nr.	Bemerkung/Anregung
ecoglobe	3.3	Auswirkungen auf die Volkswirtschaft. Gesamthaft sind die Kosten des Rauchens höher als ihr Beitrag zum BIP, gemäss Studie an der Uni Neuenburg. Wenn Arbeitsplätze durch die Auswirkungen von Rauchverboten und Werbeverboten verloren gehen, so stärkt dies die Wettbewerbsposition der Schweiz, weil die Arbeitskräften anderweitig nutzbringend eingesetzt werden können. Es ist widersinnig, "Arbeitsplätze" als Argument in Tabakbereich anzuführen, wo doch in anderen Wirtschaftszweigen ganze Bereiche ins Ausland ausgelagert werden, wenn eine Firma sich dadurch Vorteile verspricht.
ecoglobe		

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.

Vorentwurf Tabakproduktegesetz (TabPG): Vernehmlassungsverfahren

Erläuternder Bericht Kapitel 2 "Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln"

Name/Firma	Art.	Bemerkung/Anregung
ecoglobe	5	Das Bundesgesetz 241 über den unlauteren Wettbewerb soll auf die Werbung für Tabakprodukte angewendet werden
ecoglobe		

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.

Entwurf Tabakproduktegesetz

Name/Firma	Art.	Abs.	Bst.	Bemerkung/Anregung
ecoglobe	2	1		Änderungsvorschlag Glied 1: "Das Werbeverbot (Art. 13) gilt auch für Gegenstände und Dienste, die keine funktionale Einheit mit einem Tabakprodukt haben."
ecoglobe	2	2		Änderungsvorschlag Glied 2: "Es gilt auch für Tabakprodukte für den Eigengebrauch:"
ecoglobe	5	1		Glied 1: "sowie die Werbung" kann wegfallen, wenn die Werbung generell verboten ist (Art. 13).
ecoglobe	5	2		Glied 2: Ergänzung (Text zwischen Anführungszeichen): ...falsche Vorstellungen über "Freude, Freiheit und Genuss," die gesundheitlichen...
ecoglobe	5	4 (neu)		Zusätzliches Glied 4: "Es dürfen nur Zigaretten im herkömmlichen Standardformat und nicht im schlanken (slim) Format in den Handel gebracht werden."
ecoglobe	5	5 (neu)		Zusätzliches Glied 5: "Die Bestimmungen des Bundesgesetzes 241 über den unlauteren Wettbewerb werden auf Tabakprodukte angewendet."
ecoglobe	13	1		1 Glied 1 dieses Artikels soll ersetzt werden durch: "Alle Werbung und Sponsoring, in allen ihren offenen und verdeckten Formen, sei es durch, Texte, Bilder, Formen, Farben oder andere Methoden, ist verboten. Dies Verbot gilt auch für Produkte und Dienstleistungen, die keinen direkten Bezug zu einem Tabakprodukt haben, jedoch durch Formen und Farben den Bezug suggerieren."
ecoglobe	14			Die Ausnahme am Schluss des Artikels muss wegfallen, weil sie eine Tür für Missbrauch darstellt.
ecoglobe	15			Dieser Artikel kann wegfallen, weil Sponsoring generell laut geändertem Art. 13 verboten ist.
ecoglobe	16			Dieser Artikel kann wegfallen, weil Sponsoring generell laut geändertem Art. 13 verboten ist.

Vorentwurf Tabakproduktegesetz (TabPG): Vernehmlassungsverfahren

ecoglobe	17			Dieser Artikel kann wegfallen, weil Sponsoring generell laut geändertem Art. 13 verboten ist.
ecoglobe	18	1-3		Die Glieder 1 bis 3 dieses Artikels sollen wegfallen, weil Verbote kontraproduktiv wirken und die Lüge der Tabakindustrie bestätigen, Rauchen wäre die freie Wahl Erwachsener.
ecoglobe	20	1		Änderungsvorschlag: nicht "jährlich" sondern "jeweils vor Inverkehrbringung"
ecoglobe	20	2 und 3		Glied 2 steht in Widerspruch zu Glied 3 und öffnet die Tür für Klagen der Tabakindustrie.
ecoglobe	21			Dieser Artikel kann wegfallen, wenn Werbung in allen ihren offenen und verdeckten Formen verboten ist. (Anmerkung: Verkaufsförderung ist im Grunde dasselbe als Werbung. Sponsoring ist ein Teilbereich.)
ecoglobe	22	1	a	Zusätzlicher Satzteil: "bei der Inlandproduktion und"
ecoglobe	29			Der Satzteil ab "...zu überwachen" kann wegfallen, wenn die Werbung verboten ist. ("und die Werbung ... zu kontrollieren.")
ecoglobe	32	2		Was sind "leichte Fälle"? Dieses Artikelglied sollte besser entfallen.
ecoglobe	39	d		Dieses Glied kann wegfallen wenn der Unterschied zwischen Jugendlichen und Erwachsenen wegfällt, d.h. wenn die kontraproduktiven Abgabe- und Verkaufsverbote an Jugendliche wegfallen.
ecoglobe				

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.

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