

BUNDESGESETZBLATT

FÜR DIE REPUBLIK ÖSTERREICH

Jahrgang 2004

Ausgegeben am 30. Dezember 2004

Teil I

167. Bundesgesetz: Änderung des Tabakgesetzes
(NR: GP XXII RV 700 AB 717 S. 90. BR: AB 7178 S. 717.)
[CELEX-Nr.: 32003L0033]

167. Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz über das Herstellen und das In-Verkehr-Bringen von Tabakerzeugnissen sowie die Werbung für Tabakerzeugnisse und den Nichtraucherchutz (Tabakgesetz) geändert wird

Der Nationalrat hat beschlossen:

Das Bundesgesetz über das Herstellen und das In-Verkehr-Bringen von Tabakerzeugnissen sowie die Werbung für Tabakerzeugnisse und den Nichtraucherchutz (Tabakgesetz), BGBl. Nr. 431/1995, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 74/2003, wird wie folgt geändert:

1. § 1 Z 7 lautet:

„7. „Werbung“ jede Form der kommerziellen Kommunikation mit dem Ziel oder der direkten oder der indirekten Wirkung, den Verkauf eines Tabakerzeugnisses zu fördern,“

2. Nach § 1 Z 7 wird folgende Z 7a eingefügt:

„7a. „Sponsoring“ jede Form des öffentlichen oder privaten Beitrags zu einer Veranstaltung oder Aktivität oder jede Form der Unterstützung von Einzelpersonen mit dem Ziel oder der direkten oder der indirekten Wirkung, den Verkauf eines Tabakerzeugnisses zu fördern,“

3. In § 1 Z 10 wird der Punkt am Ende des Satzes durch einen Beistrich ersetzt. Folgende Z 11 wird angefügt:

„11. „öffentlicher Ort“ jeder Ort, der von einem nicht von vornherein beschränkten Personenkreis ständig oder zu bestimmten Zeiten betreten werden kann einschließlich der nicht ortsfesten Einrichtungen des öffentlichen und privaten Bus-, Schienen-, Flug- und Schiffsverkehrs.“

4. § 2 Abs. 2 lautet:

„(2) Das In-Verkehr-Bringen von Einzelzigaretten, unverpackten Zigaretten oder Zigarettenpackungen unter einer Mindestgröße von 20 Stück ist verboten.“

5. Dem § 2 wird folgender Abs. 3 angefügt:

„(3) Verbote des In-Verkehr-Bringens von Tabakerzeugnissen auf Grund anderer Rechtsvorschriften bleiben unberührt.“

6. § 11 samt Überschrift lautet:

„Werbung und Sponsoring

§ 11. (1) Werbung und Sponsoring für Tabakerzeugnisse sind verboten.

(2) Als Ausnahme vom Verbot des Abs. 1 dürfen Namen, Marken oder Symbole, die zur Zeit des In-Kraft-Tretens dieser Bestimmung bereits guten Glaubens sowohl für Tabakerzeugnisse als auch für andere Erzeugnisse verwendet wurden, für diese anderen Erzeugnisse sowie für Werbung oder Sponsoring zugunsten dieser anderen Erzeugnisse verwendet werden. Voraussetzung ist, dass

1. es sich bei diesen anderen Erzeugnissen, Veranstaltungen oder Aktivitäten sowie bei der darauf bezogenen Werbung oder dem darauf bezogenen Sponsoring eindeutig nicht um Tabakerzeugnisse handelt und

2. keine sonstigen für ein Tabakerzeugnis bereits benutzten Unterscheidungsmerkmale verwendet werden.

(3) Die Ausnahme des Abs. 2 gilt nicht für Namen, Marken oder Symbole für von Tabakerzeugnissen verschiedene Erzeugnisse, die nach In-Kraft-Treten dieser Bestimmung entwickelt und in Verkehr gebracht werden.

(4) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind

1. Mitteilungen, die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt und ausschließlich diesen zugänglich sind;
2. Presse und andere gedruckte Veröffentlichungen, die in Drittländern gedruckt und herausgegeben werden, sofern diese Veröffentlichungen nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt der Europäischen Union bestimmt sind;
3. die Darbietung der zum Verkauf angebotenen Tabakerzeugnisse und Preisangaben für diese Tabakerzeugnisse an den zum Verkauf von Tabakerzeugnissen befugten Stellen;
4. Werbung durch Tabaktrafikanter gemäß § 39 Abs. 1 Tabakmonopolgesetz, BGBl. Nr. 830/1995;
5. Sponsoring von Veranstaltungen oder Aktivitäten, an denen nur ein Staat beteiligt ist, die nur in einem Staat stattfinden und auch keine sonstige grenzüberschreitende Wirkung haben;
6. Werbung für Tabakerzeugnisse in der Form von Plakatwerbung sowie Kinowerbung im Rahmen nicht jugendfreier Kinovorstellungen.

(5) Werbung gemäß Abs. 4 Z 4 bis 6 ist mit einem deutlich lesbaren Warnhinweis gemäß § 5 Abs. 1 oder 2 in schwarzer Schrift und auf weißem Hintergrund in Gesamtgröße von 10 % des jeweiligen Werbemittels zu versehen, der die Gesundheitsschädlichkeit des Tabakkonsums zu beinhalten hat. Darüber hinaus gilt:

1. Plakatwerbung für Tabakerzeugnisse im allgemeinen Plakatanschlag ist nur bis zur Größe von 16 Bogenanschlagen zulässig. Sie ist unzulässig im direkten Sichtbereich von Schulen und Jugendzentren;
2. Werbung für filterlose Zigaretten ist verboten;
3. Werbung für Tabakerzeugnisse unter Verwendung von Aussagen, Aufmachungen oder Darstellungen, durch die der Eindruck hervorgerufen wird, dass der Genuss von Tabakerzeugnissen gesundheitlich unbedenklich sei, ist verboten;
4. Werbung für Tabakerzeugnisse unter Verwendung von Aussagen oder Darstellungen, die sich speziell an die Zielgruppe Jugendliche richten, ist verboten;
5. Werbung für Tabakerzeugnisse durch Darstellung von rauchenden oder zum Rauchen auffordernden Personen, deren Alter unter dem 30. Lebensjahr liegt oder die vom Verbraucher für jünger als 30 Jahre gehalten werden können, sowie durch Darstellung von Leistungssportlern und durch Darstellung oder Nennung von Prominenten jeweils auch in gezeichneter oder karikierter Form sowie durch Wiedergabe von deren Äußerungen über das Rauchen, ist verboten; Prominente im Sinne dieser Bestimmung sind Personen, von denen infolge ihrer Stellung, ihrer Tätigkeit oder ihrer Erfolge anzunehmen ist, dass sie in der Öffentlichkeit besonderes Ansehen genießen;
6. Werbung für Tabakerzeugnisse unter Verwendung gezeichneter Bildererzählungen (Comics) sowie einzelner Figuren daraus ist verboten;
7. Werbung für Tabakerzeugnisse durch Verteilung von im Zusammenhang mit Tabakerzeugnissen stehenden Werbeartikeln an Kinder und Jugendliche oder mit Werbeartikeln, die üblicherweise für Kinder bestimmt sind, ist verboten;
8. Werbung für Tabakerzeugnisse durch Himmelschreiber oder ähnliche die allgemeine öffentliche Aufmerksamkeit erregende Aktionen ist verboten.

(6) Jede verbilligte Abgabe, Gratisverteilung und Zusendung von Tabakerzeugnissen mit dem Ziel der direkten oder indirekten Verkaufsförderung ist verboten.

(7) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 6 ist die stückweise Gratisabgabe an erwachsene Raucher in Tabaktrafiken anlässlich der Neueinführung einer Marke innerhalb eines Zeitraumes von sechs Monaten nach erstmaligem In-Verkehr-Bringen dieser Marke. “

7. § 13 samt Überschrift lautet:

„Nichtraucherschutz

§ 13. (1) Unbeschadet arbeitsrechtlicher Bestimmungen und der Regelung des § 12 gilt Rauchverbot in Räumen öffentlicher Orte.

(2) Als Ausnahme vom Verbot des Abs. 1 können in jenen von Abs. 1 umfassten Einrichtungen, die über eine ausreichende Anzahl von Räumlichkeiten verfügen, Räume bezeichnet werden, in denen das Rauchen gestattet ist, wenn gewährleistet ist, dass der Tabakrauch nicht in den mit Rauchverbot belegten Bereich dringt und das Rauchverbot dadurch nicht umgangen wird.

(3) Die Ausnahme des Abs. 2 gilt nicht für schulische oder anderen Einrichtungen, in denen Kinder oder Jugendliche beaufsichtigt, aufgenommen oder beherbergt werden.

(4) Abs. 1 gilt nicht für

1. Betriebe des Gastgewerbes,
2. Betriebe nach § 111 Abs. 2 Z 2, 3, 4 oder 5 GewO,
3. Veranstaltungen im Sinne des § 2 Abs. 1 Z. 25 GewO,
4. Tabaktrafiken.“

8. Nach § 13 wird folgender § 13a eingefügt:

„§ 13a. (1) Rauchverbote nach §§ 12 und 13 sind in den unter das Rauchverbot fallenden Räumen und Einrichtungen durch den Rauchverbotshinweis „Rauchen verboten“ kenntlich zu machen.

(2) Anstatt des Rauchverbotshinweises nach Abs. 1 können Rauchverbote nach §§ 12 und 13 auch durch Rauchverbotssymbole, aus denen eindeutig das bestehende Rauchverbot hervorgeht, kenntlich gemacht werden.

(3) Die Rauchverbotshinweise nach Abs. 1 oder die Rauchverbotssymbole nach Abs. 2 sind in ausreichender Zahl und Größe so anzubringen, dass sie überall im Raum oder der Einrichtung klar ersichtlich sind.“

9. In § 14 Abs. 1 Z 3 wird nach dem Wort „Werbung“ die Wortfolge „oder Sponsoring“ eingefügt.

10. Nach § 14 wird folgender § 14a eingefügt:

„§ 14a. Wer die Kennzeichnungspflichten von Rauchverboten nach § 13a verletzt, begeht, sofern die Tat nicht den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist, eine Verwaltungsübertretung und ist mit Geldstrafe bis zu 720 Euro zu bestrafen.“

11. § 17 lautet:

„§ 17. (1) Die Bestimmungen der § 1 Z 11, § 2 Abs. 2 und 3, § 13 und § 13a treten mit 1. Jänner 2005 in Kraft.

(2) Die Bestimmungen der § 1 Z 7 und 7a sowie § 11 treten mit 31. Juli 2005 in Kraft.

(3) Die Bestimmung des § 14a tritt mit 1. Jänner 2007 in Kraft.

(4) Die Bestimmungen des § 11 Abs. 4 Z 5 und 6 treten mit Ablauf des 31. Dezembers 2006 außer Kraft.“

Fischer

Schüssel