

Evangelische Volkspartei der Schweiz (EVP)

Generalsekretariat

Nägelligasse 9

3000 Bern 7

Tel. 031 351 71 71

Fax 031 351 71 02

info@evppev.ch

www.evppev.ch

Eidgenössische Alkoholverwaltung
Totalrevision
Länggassstrasse 35
3000 Bern 9

28. Oktober 2010

**Totalrevision des Alkoholgesetzes
Vernehmlassungsantwort der Evangelischen Volkspartei der Schweiz (EVP)**

Sehr geehrter Herr Bundesrat
Sehr geehrte Damen und Herren

Herzlichen Dank für die Möglichkeit der Stellungnahme zur eingangs erwähnten Vorlage. Die EVP stimmt der vorliegenden Revision grundsätzlich zu, hat aber folgende, zum Teil gewichtige Anmerkungen und Änderungsvorschläge anzubringen.

1. Grundsätzliche Überlegungen

Problemsubstanz Nummer Eins

Angesichts der Tatsache, dass die legale Droge Alkohol in der Schweiz nach wie vor als Problemsubstanz Nr. 1 bezeichnet werden muss, ist einer wirksamen und griffigen Alkoholgesetzgebung hohe Priorität einzuräumen. Das Ziel muss es sein, den problematischen Alkoholkonsum und insbesondere das Rauschtrinken bei Jugendlichen zu reduzieren und so Folgeerkrankungen, Abhängigkeit, Unfälle und Gewalttaten wirksam einzudämmen. Die Erfahrung zeigt, dass die Prävention in Schule und Jugendarbeit am sinnvollsten mit strukturellen Massnahmen durch den Gesetzgeber auf Bundesebene unterstützt wird. Also bietet die laufende Revision nun die Chance, klare Regelungen zu treffen.

Hauptforderungen

Für die EVP sind die folgenden Hauptforderungen absolut unverzichtbar:

- **Generelles Verbot von Lockvogelangeboten wie Happy Hours, Zwei für eins etc.**
Jegliche vergünstigte Abgabe von Alkohol läuft einer wirksamen Prävention zuwider. Lockvogelangebote wie Happy Hours, Zwei für eins, Ladies Nights, etc. sind deshalb strikte zu verbieten: am besten generell in Detailhandel und Ausschank, mindestens aber im

Ausschank. Als absolute Minimalmassnahme sind diese Angebote nicht wie vorgeschlagen nur freitags und samstags zwischen 21 und 9 Uhr zu verbieten, sondern an jedem Abend der Woche. Längst ist der Donnerstag der wichtigste Ausgangsabend und es ist kontraproduktiv, wenn die grossen Besäufnisse an jenen Abenden stattfinden, wo am nächsten Tag Schule oder Lehre ansteht.

- **Kein Verkauf von alkoholischen Getränken im Detailhandel zwischen 21 und 7 Uhr**
Eine Studie hat soeben ergeben, dass diese Massnahme in Genf hochwirksam ist und die Anzahl Hospitalisierungen wegen Alkoholvergiftungen drastisch gesunken sind. Auch die SBB machen gute Erfahrungen mit dem freiwilligen Verkaufsverzicht in den Bahnhöfen.
- **Strengere Werbebestimmungen für Bier und Wein analog Spirituosen**
Die EVP will strengere Werbebestimmungen und fordert, dass die Werbeverbote a) in und an öffentlichen Verkehrsmitteln, b) in Radio und Fernsehen, c) in und an Gebäuden oder Gebäudeteilen, die öffentlichen Zwecken dienen, und auf ihren Arealen sowie d) auf Sportplätzen und an Sportveranstaltungen nicht nur für Spirituosen gelten, sondern bei allen alkoholischen Getränken zum Tragen kommen.
- **Anhebung des Steuersatzes**
Der Steuersatz für Spirituosen ist seit 1999 unverändert geblieben. Seine Anhebung zumindest auf die schon früher vom Bundesrat vorgeschlagenen CHF 35 pro Liter reinen Alkohols soll nun aus Präventionsgründen vorgenommen werden.
- **Keine Steuerbefreiung von 10 Litern pro Person und Jahr**
Die EVP verlangt dringend, auf die erwähnte Steuerbefreiung zu verzichten, weil sie der Systematik des Gesetzes zuwiderläuft und allen Anstrengungen zur Prävention spottet. Der Alkohol wird damit völlig unnötig verbilligt und es ist grundfalsch, das ursprünglich für die Landwirtschaft geltende Privileg auf die Gesamtbevölkerung auszudehnen. Es muss sogar befürchtet werden, dass gewisse Spirituosenhersteller entsprechende Produkte lancieren und die Möglichkeit des steuerfreien Alkohols aktiv bewerben werden. Da der Alkohol aus präventiver Sicht eh zu billig ist, ist diesem Ansinnen eine klare Absage zu erteilen und die EVP appelliert inständigst an Einsicht und Vernunft von Verwaltung und Bundesrat.

Explizit unterstützte Änderungsvorschläge

Die EVP begrüsst ausdrücklich folgende Punkte im Alkoholgesetz:

- *die Werbebestimmungen für Spirituosen (Art. 3),*
- *das Verbot der Weitergabe an Minderjährige (Art. 8),*
- *die Verankerung von Testkäufen (Art. 9),*
- *die Verpflichtung zu kostendeckenden Preisen (Art. 10) und*
- *die Pflicht zum Angebot alkoholfreier Getränke für alle Gastronomiebetriebe (Art. 11).*

2. Änderungsvorschläge zum Alkoholgesetz

Art. 1: Problematischen Konsum nicht nur vermindern, sondern auch verhindern

Es ist wichtig, dass sich das Alkoholgesetz ein genügend hohes Ziel setzt und den problematischen Alkoholkonsum und die Folgeschäden nicht nur vermindern, sondern möglichst auch verhindern will. Entsprechend ist Art. 1 anzupassen:

1 Dieses Gesetz bezweckt einen verantwortungsvollen Umgang mit alkoholischen Getränken **mit dem Ziel, die öffentliche Gesundheit zu schützen.**

2 Es soll:

- a. den problematischen Alkoholkonsum **verhindern und** vermindern;
- b. die Schäden **verhindern und** vermindern, die durch... (Rest unverändert)

Art. 4: Angleichung der Werbebestimmungen für die übrigen alkoholische Getränke an jene für die Spirituosen

Die Werbebestimmungen für die übrigen alkoholischen Getränke unterscheiden sich zu stark von jenen für die Spirituosen und sind an diese anzupassen, ohne dass diese nach unten nivelliert würden. Namentlich fordert die EVP, dass die in Artikel 3 erlassenen Werbeverbote a) in und an öffentlichen Verkehrsmitteln, b) in Radio und Fernsehen, c) in und an Gebäuden oder Gebäudeteilen, die öffentlichen Zwecken dienen, und auf ihren Arealen sowie d) auf Sportplätzen und an Sportveranstaltungen in Artikel 4 übernommen werden und so auch bei den übrigen alkoholischen Getränken zum Tragen kommen. Art. 4 Abs. 2 und 2bis (neu) müssten damit lauten:

2 Verboten ist die Werbung für die übrigen alkoholischen Getränke:

- a. auf Gebrauchsgegenständen, die hauptsächlich für Personen unter 18 Jahren bestimmt sind;
- b. **in und an öffentlichen Verkehrsmitteln;**
- c. in Zeitungen, Zeitschriften oder anderen Publikationen sowie in Medien und Mediengefäßen, die hauptsächlich für Personen unter 18 Jahren bestimmt sind;
- d. **in Radio und Fernsehen.**

2bis Verboten ist die Werbung für die übrigen alkoholischen Getränke:

- a. **in und an Gebäuden oder Gebäudeteilen, die öffentlichen Zwecken dienen, und auf ihren Arealen;**
- b. **auf Sportplätzen sowie an Sportveranstaltungen;**
- c. an Orten, wo sich hauptsächlich Personen unter 18 Jahren aufhalten, sowie an Veranstaltungen, die hauptsächlich von Personen unter 18 Jahren besucht werden.

Abs. 2 Bst. b. Öffentliche Verkehrsmittel

Öffentliche Verkehrsmittel sind sensible Bereiche, weil sie a) oft von Jugendlichen im Ausgang benutzt werden, b) verletzlich sind bezüglich Vandalismus und Littering sowie c) bei ihrem Betrieb Sicherheitsüberlegungen ein hoher Stellenwert zukommt. Ein generelles Alkoholverbot in öffentlichen Verkehrsmitteln ist damit gerechtfertigt und aufgrund der stark segmentierten Werbemittel und -kanäle, die spezifisch auf die öffentlichen Verkehrsmittel zugeschnitten sind, für die betroffenen Werbeagenturen und Verkehrsbetriebe auch sehr einfach zu handhaben.

Abs. 2 Bst. d. Radio und Fernsehen

Werbung für Wein und Bier hat am Fernsehen nichts verloren. Diese Lockerung wird nur zum Thema, weil von der EU im Gegenzug zur Schweizer Teilnahme am Filmförderungsprogramm MEDIA die Übernahme der Fernsehrichtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ verlangt worden ist, welche auch aus medienpolitischen Überlegungen abzulehnen ist (Kleinstaatlichkeit, Verletzlichkeit durch angrenzende gleichsprachliche Nachbarn, fehlende Würdigung der Medienindustrie bezüglich ihrer staatspolitischen Funktion und Gleichbehandlung mit anderen Industrien). Der Jugendschutz rechtfertigt ein generelles Werbeverbot für Alkohol an Radio und Fernsehen, zumal in den umliegenden Ländern die Alkoholwerbung in audiovisuellen Medien einzig in Deutschland erlaubt ist.

Abs. 2bis Bst. a öffentliche Gebäude und ihre Areale

Es gibt keinen Anlass, das für die Spirituosen vorgesehene und sinnvolle Werbeverbot in und an öffentlichen Gebäuden und ihren Arealen nicht auch für die übrigen alkoholischen Getränke zu übernehmen.

Abs. 2bis Bst. b Sportplätze und Sportveranstaltungen

Sport und Alkohol passen genauso schlecht zusammen wie Alkohol und Auto fahren. Es ist absolut widersinnig, rund um die Stadien Leichtbiergebote sowie strengere Hooliganengesetze inkl. Schnellgerichten anzudenken, währenddessen im Stadion für Bier geworben werden darf.

Art. 4: Ausweitung der Bierwerbebestimmungen auf alkoholfreies Bier

Heute werden die Bierwerbebestimmungen teilweise massiv unterlaufen: der Hinweis „alkoholfrei“ genügt, um die Werbebestimmungen für alkoholische Getränke grundsätzlich nicht beachten zu müssen. Im Fernsehspot sieht alkoholfreies und normales Bier aber identisch aus, zumal ein Teil der Zuschauenden den entsprechenden Hinweis gar nicht lesen kann (unter 7-jährige, Illetristen). Sämtliche Werbebestimmungen für Bier sind deshalb auf alkoholfreies Bier auszudehnen, z.B. wie folgt in Artikel 4 Abs 1 und 2 (und unter Beachtung der vorstehenden Vorschläge auch in Abs 2bis):

1 Werbung für die übrigen alkoholischen Getränke **und für alkoholfreies Bier** darf ... (Rest unverändert).

2 Verboten ist die Werbung für die übrigen alkoholischen Getränke **und für alkoholfreies Bier**: (Rest unverändert).

Art. 5: Örtliche Verkaufseinschränkungen

Die uneingeschränkte örtliche Verfügbarkeit von Alkohol ist insbesondere für Risikogruppen eine grosse Gefahr. In Art. 5 ist die Bewilligungspflicht für den Einzelhandel mit Massnahmen zur quantitativen Beschränkung von Verkaufsstellen zu verknüpfen. Die Kantone sind dazu anzuhalten, insbesondere Verkaufsstellen folgender Art überhaupt nicht oder nur sehr restriktiv zu bewilligen:

- Alkoholverkauf „über die Gasse“ an Festtagen (Sylvester / 1. Aug. etc.)
- Alkoholverkauf an Schulfesten
- Alkoholverkauf auf Skipisten
- Alkoholverkauf von Verkaufsstellen und Gastgewerbebetrieben, die notorisch dafür bekannt sind, Alkoholmissbrauch zu fördern.

Art. 6: Kein Verkauf an Automaten, ob beaufsichtigt oder unbeaufsichtigt

In Art. 6 Abs. 1 Bst. a soll das Wort „unbeaufsichtigt“ gestrichen werden und der Verkauf von alkoholischen Getränken an Automaten grundsätzlich untersagt werden.

Art. 7: Generelles Verbot von Lockvogelangeboten wie Happy Hours, Zwei für eins etc.

Die EVP fordert ein generelles und striktes Verbot von Lockvogelangeboten wie Happy Hours, Zwei für eins, Fünfliberabende, All-you-can-drink-Anlässe, Ladies Nights und dergleichen sowohl im Ausschank wie im Detailhandel. Diese Angebote animieren vor allem junge Gäste, mehr Alkohol zu trinken. Jegliche vergünstigte Abgabe von Alkohol läuft einer wirksamen Prävention zuwider. Gerade jüngere Konsumentinnen und Konsumenten und jene, die sich an Wochenenden einen Rausch antrinken, bevorzugen billigen Alkohol. Entsprechend muss Art. 7 Abs. 1 lauten und auf Abs. 2 kann verzichtet werden:

1 Der Einzelhandel **mit alkoholischen Getränken** unter Gewährung von Zugaben oder anderen Vergünstigungen, die den Konsumenten oder die Konsumentin anlocken sollen, ist verboten.

~~2 Für die übrigen alkoholischen Getränke ist die Gewährung von Zugaben oder anderen Vergünstigungen im Ausschank am Freitag und Samstag von 21.00 bis 09.00 Uhr verboten. Vorbehalten bleibt Artikel 10 Absatz 1.~~

Das generelle Verbot von Lockvogelangeboten muss zumindest im Ausschank gelten (Aktionen für übrige alkoholische Getränke im Detailhandel blieben zulässig, Variante von Art. 7):

1 Der Einzelhandel mit Spirituosen unter Gewährung von Zugaben oder anderen Vergünstigungen, die den Konsumenten oder die Konsumentin anlocken sollen, ist verboten.

2 Für alle alkoholischen Getränke ist die Gewährung von Zugaben oder anderen Vergünstigungen im Ausschank verboten.

Nicht sinnvoll ist das vorgeschlagene Lockvogelverbot am Freitag- und am Samstagabend. Unter Jugendlichen ist längst der Donnerstag der wichtigste Ausgangsabend der Woche und es ist kontraproduktiv, wenn die grossen Besäufnisse an Wochentagen stattfinden, wo anderntags Schule oder Lehre anstehen. Als Mindestmassnahme ist deshalb die Bestimmung in Art. 7 Abs. 2 auf alle Wochentage auszudehnen:

2 Für die übrigen alkoholischen Getränke ist die Gewährung von Zugaben oder anderen Vergünstigungen **im Ausschank von 21.00 bis 09.00 Uhr** verboten. Vorbehalten bleibt Artikel 10 Absatz 1.

Art. 8: Verkaufseinschränkung zwischen 21 und 7 Uhr für alkoholische Getränke

Damit im engen Zusammenhang steht die Forderung der EVP, den Verkauf von alkoholischen Getränken zu Detailhandelspreisen zwischen 21 und 7 Uhr grundsätzlich zu untersagen, um dem spontanen Rauschtrinken von Jugendlichen entgegenzuwirken. Eine Studie hat soeben ergeben, dass diese Massnahme in Genf hochwirksam ist: die Zahl der 10- bis 15-jährigen, die mit einer Alkoholvergiftung ins Spital eingeliefert werden musste, sank rapide; bei den 16- bis 29-jährigen war die Zunahme in Genf geringer als in anderen Kantonen. Angesichts dieser Präventionserfolge muss diese Massnahme unbedingt ins neue Alkoholgesetz aufgenommen werden. Eine entsprechende Regelung könnte in einem neuen Art. 8 Abs. 3 untergebracht werden:

3 Der Verkauf von alkoholischen Getränken im Detailhandel ist zwischen 21.00 und 07.00 Uhr verboten.

Art. 11: Ausweitung des „Sirupartikels“ auf den Detailhandel

Die Bestimmung in Art. 11, wonach Ausschankbetriebe mindestens drei alkoholfreie Getränke führen müssen, die billiger sind als das billigste alkoholische Getränk, soll auf den Detailhandel ausgeweitet werden:

Ausschankbetriebe **und Detailhändler** müssen mindestens... (Rest unverändert)

Art. 12: Unterstützung gesamtschweizerisch tätiger Organisationen

Als klaren Rückschritt betrachtet die EVP die erhebliche Abschwächung des geltenden Art. 43a AlkG durch die geplante Überführung in eine Kann-Formulierung in Art. 12 E-AlkG. Damit besteht die Gefahr, dass Trägerschaften der Prävention und Behandlung von Alkoholproblemen wie beispielsweise dem Blauen Kreuz die Unterstützung durch den Bund entzogen wird. Die neue Formulierung führt zu einer stark reduzierten Planungssicherheit der betroffenen Organisationen und gefährdet im Extremfall ihre Existenz, was den Verlust ihres gesellschaftlich wichtigen Beitrages in Prävention und Behandlung nach sich ziehen würde. Art. 12 muss deshalb lauten:

Der Bund unterstützt mit Beiträgen die Projekte und Aktivitäten von gesamtschweizerisch und überregional tätigen Organisationen, welche einen Beitrag zur Verhinderung und Verminderung des problematischen Alkoholkonsums im Sinn von Art. 1 dieses Gesetzes leisten.

Art. 13: Kompetenzzentrum

Hingegen stellt sich die Frage, ob auf Kapitel 4 und das geplante Kompetenzzentrum nicht gänzlich verzichtet werden könnte. Hier ist nichts festgehalten, was nicht ohnehin selbstverständlich wäre (Informationsaustausch, Zusammenarbeit zwischen Verwaltung, Kantonen, Wirtschaft und Organisationen der Prävention). Ein Verzicht auf diesen Artikel gefährdet die heute bestehende Koordinationsstelle in der Eidg. Alkoholverwaltung in keiner Weise. Hingegen ist der Ausbau ihrer Tätigkeiten (bei gleichzeitiger Einschränkung privater Organisationen der Prävention in Art. 12!) nicht unbedingt sinnvoll und soll deshalb nicht bereits im Gesetz vorgespurt werden.

Art. 23: Busse auch für die Missachtung der Werbevorschriften in Artikel 4

Artikel 23 sieht eine Busse vor, wenn die Bestimmungen über die Spirituosenwerbung in Artikel 3 missachtet werden. Hingegen bleiben die Bestimmungen über die Werbung für übrige alkoholische Getränke in Artikel 4 unerwähnt. Das muss in Art. 23 Abs. 1 Bst. a korrigiert werden:

a. den Vorschriften über die Beschränkung der Werbung nach Artikel 3 **oder Artikel 4** zuwiderhandelt;

3. Änderungsvorschläge zum Spirituosensteuergesetz

Art. 8: Integration der Denaturierung, Streichung von Art. 18

Es ist unlogisch, bei der Verwendungsverpflichtung in Art. 8 die schriftliche Verpflichtung als ausreichend zu betrachten, um etwaigen Missbräuchen von undenaturiertem Ethanol vorzubeugen, für die Denaturierung selbst hingegen einen speziellen Denaturierungsbeauftragten aufzubieten, auszubilden und zu prüfen. Das Instrument der Verwendungsverpflichtung soll vielmehr ausgeweitet werden: wer unversteuertes Ethanol beziehen will, soll sich schriftlich verpflichten müssen, die Ware ausschliesslich zur Herstellung bestimmter Erzeugnisse zu verwenden (wie vorgeschlagen) oder andernfalls zu denaturieren (neu). Die Behörde kann in der Bewilligung nebst den erlaubten Erzeugnissen gleich auch die erlaubten Denaturierungsmethoden definieren. Die EVP schlägt deshalb für Art. 8 Abs. 1 folgende Fassung vor:

1 Wer unversteuerte Spirituosen oder undenaturiertes und unversteuertes Ethanol beziehen will, muss sich gegenüber der zuständigen Behörde schriftlich verpflichten, diese Waren ausschliesslich zur Herstellung bestimmter Erzeugnisse zu verwenden **oder andernfalls zu denaturieren**. Die Behörde legt in der Bewilligung die entsprechenden Erzeugnisse **und die zugelassenen Denaturierungsmethoden** fest.

Mit dieser Formulierung kann auf Artikel 18 verzichtet werden, was eine erhebliche Vereinfachung für die zuständige Behörde wie die betroffenen Unternehmen bedeutet, ohne dass die Qualität von Aufsicht und Regulierung leiden würde.

Art. 15: Anhebung des Steuersatzes

Der Steuersatz für Spirituosen ist seit Juli 1999 unverändert geblieben. Im Rahmen des neuen Spirituosensteuergesetzes soll er im Interesse des Jugendschutzes auf mindestens CHF 35 je Liter reinen Alkohols angehoben werden, wie es der Bundesrat bereits 1999 vorgeschlagen hat.

Art. 16: Automatische Anpassung an die Teuerung

Die Alkoholsteuersätze sollen regelmässig an die Teuerung angepasst werden und nicht nur dann, wenn der Bundesrat sein Einverständnis gibt. Art. 16 Abs. 1 ist deshalb wie folgt zu korrigieren:

1 Der Bundesrat **passt** die Steuersätze der Teuerung an, wenn diese nach dem Landesindex der Konsumentenpreise seit Inkrafttreten dieses Gesetzes oder seit der letzten Anpassung um 5 Prozent gestiegen ist.

Art. 17: Keine Steuerbefreiung von 10 Litern reinen Alkohols pro Person und Jahr

Die EVP verlangt dringend, von der vorgesehenen Freimenge von 10 Litern reinen Alkohols pro Person und Jahr abzusehen und Art. 17 Abs. 1 Bst c ersatzlos zu streichen, weil

- *diese Steuerbefreiung Personen zukommen soll, welche gemäss Art. 11 gar nicht steuerpflichtig sind, und so der Systematik des Gesetzes zuwiderläuft,*
- *die Bestimmung die Absicht unterläuft, die Anzahl der Steuerpflichtigen erheblich zu reduzieren,*

- der Vollzug administrativ aufwändig ist: sowohl für die Lohnbrenner wie für die zuständige Behörde, welche von allen über 18-jährigen Personen in der Schweiz Buch führen muss, wie viele Liter steuerbefreiten Alkohols sie dieses Jahr bereits haben herstellen lassen,
- die Steuerbefreiung der Prävention zuwiderläuft, der Alkohol damit unnötig und fälschlicherweise verbilligt wird. Die aktive Bewerbung von 10 Litern steuerfreien Alkohols durch entsprechend positionierte Anbieter (entspricht rund 35 Flaschen Vodka und damit fast für jedes Wochenende eine) ist zumindest denkbar.
- Allermindestens sind diese 10 Liter a) auf den Eigenbedarf zu beschränken, um den Handel mit diesen ersten 10 steuerbefreiten Litern Alkohol (oder dem entsprechenden Recht) zu unterbinden (wobei sich das fast nicht kontrollieren lässt) und b) ist die Freimenge zumindest auf 2 Liter pro Person und Jahr zu beschränken. Schliesslich wäre c) eine Steuerermässigung von nur bspw. 30% statt den vorgeschlagenen 100% aus Präventionsgründen unbedingt zu begrüssen (sinngemäss bisherige Regelung in Art. 26 der Alkoholverordnung).

Der Wegfall dieses Steuerprivilegs ist inhaltlich und vom Effizienzgedanken her die einzig richtige Lösung. Es ist absolut verantwortungslos, die präventiv wichtige Spirituosensteuer für einen Grossteil der Konsumentinnen und Konsumenten de facto auszuhebeln. Alkohol ist ohnehin zu billig.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Stellungnahme und für Ihre wertvolle Arbeit.

Freundliche Grüsse

EVANGELISCHE VOLKSPARTEI DER SCHWEIZ (EVP)



Parteipräsident
Heiner Studer



Generalsekretär
Joel Blunier