

VORBLATT

Problem:

Die Empfehlung des Rates zur Prävention des Rauchens und für Maßnahmen zur gezielteren Eindämmung des Tabakkonsums vom 2. Dezember 2002, 2003/54/EG, CELEX 32003H0054, sieht die Ergreifung diverser Maßnahmen zur Tabakprävention vor.

Die Richtlinie 2003/33/EG, CELEX 32003L0033, des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen führt weitreichende Verbote bzw. Einschränkungen im Bereich Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen in den Mitgliedstaaten ein. Sie bedarf der innerstaatlichen Umsetzung bis spätestens 31. Juli 2005.

Das Rahmenübereinkommen der WHO zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (Tabakrahmenübereinkommen) vom 21. Mai 2003 (WHA56.1), das am 28. August 2003 durch Österreich (das Ratifikationsverfahren ist zur Zeit im Laufen) sowie am 16. Juni 2003 durch die Europäische Union, die derzeit den Beitritt zur Tabakrahmenkonvention auf der Grundlage des Gemeinschaftsrechts anstrebt, unterzeichnet wurde, sieht fächerüberschreitend national als auch international zu ergreifende Maßnahmen zur umfassenden Tabakprävention auf Basis eines völkerrechtlichen Vertrages vor. Es bedarf der innerstaatlichen Umsetzung.

Ziel und Inhalt:

Innerstaatliche Ausführung der Bestimmungen der Empfehlung des Rates 2003/54/EG, der Richtlinie 2003/33/EG sowie des Tabakrahmenübereinkommens der WHO.

Alternative:

Keine.

Finanzielle Auswirkungen:

Allfällige die Kennzeichnung von Rauchverbotsbereichen und Durchführung von Strafbestimmungen für die Gebietskörperschaften entstehende Kosten sind nicht quantifizierbar.

Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union:

Der Entwurf dient der Umsetzung des Gemeinschaftsrechts. Er geht in Z 3 bis 11 über eine verpflichtende Umsetzung zwingender Vorschriften des Gemeinschaftsrechts hinaus.

Auswirkungen auf die Beschäftigung und den Wirtschaftsstandort Österreich:

Allfällige Auswirkungen auf die Beschäftigung und den Wirtschaftsstandort Österreich sind nicht quantifizierbar. Gemäß Weltbankbericht „Der Tabakepidemie Einhalt gebieten“, 1999, kommen diverse von der Tabakindustrie unabhängige Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass Tabakkontrollmaßnahmen in der Regel nur eine geringe bis überhaupt keine negative Wirkung auf die Gesamtbeschäftigung haben.

ERLÄUTERUNGEN

Allgemeiner Teil

Zielsetzungen und Inhalt des Entwurfs:

Der Konsum von Tabak ist in Industrieländern wie Österreich die bedeutendste Ursache vermeidbarer Krankheiten und Todesfälle. Weltweit sterben derzeit nach Schätzungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) jährlich über vier Millionen Menschen vorzeitig an den Folgen tabakbedingter Krankheiten. Diese Zahl wird sich innerhalb der nächsten Jahrzehnte auf rund 10 Millionen pro Jahr erhöhen, wenn gegen diese Entwicklung nichts unternommen wird. Angesichts dieser enormen Bedrohung ist politisches Handeln dringend erforderlich.

Der Entwurf sieht in Umsetzung der Richtlinie 2003/33/EG, CELEX 32003L0033, in Zusammenschau mit der Empfehlung des Rates 2003/54/EG, CELEX 32003H0054, sowie dem Tabakrahmenübereinkommen der WHO WHA56.1 ein umfassendes Verbot der Werbung und des Sponsorings für Tabakerzeugnisse vor. Darüber hinaus wird - der Empfehlung des Rates 2003/54/EG, CELEX 32003H0054, folgend - ein Verbot des Inverkehrbringens von Einzelzigaretten oder Zigarettenpackungen unter 20 Stück statuiert.

Es ist heute wissenschaftlich anerkannt, dass auch Passivrauchen schadet, immer mehr Erkrankungen werden mit Passivrauchen in Verbindung gebracht. Im Lichte dieser Erkenntnis sowie der bis dato als *lex imperfecta* bestehenden Rauchverbotsregelungen werden die Nichtraucherschutzbestimmungen im Sinne einer Ausweitung der bestehenden Rauchverbote, verpflichtender Ausschilderung von Rauchverboten und der Einführung einer künftigen Sanktion bei Verstoß gegen die Ausschilderungspflicht nach einer Einführungsphase ab 1.1.2007 verschärft.

Bis zum 1.1.2007 wird überdies die Einhaltung der Rauchverbote evaluiert und werden gegebenenfalls notwendige darüber hinausgehende Maßnahmen einschließlich Sanktionen auch bei einem Verstoß gegen sonstige Rauchverbotsregelungen geprüft.

Kompetenzgrundlage:

In kompetenzrechtlicher Hinsicht stützt sich das im Entwurf vorliegende Bundesgesetz auf Art. 10 Abs. 1 Z 12 ("Gesundheitswesen") B-VG.

BESONDERER TEIL

Zu Z. 1, 2 und 3 (§ 1 Z 7, Z 7a und Z 11):

Die Begriffe „Werbung“ und „Sponsoring“ wurden, entsprechend den in Art. 2 der Richtlinie 2003/33/EG diesbezüglich verwendeten Begriffen und in Zusammensetzung mit Art. 1 Tabakrahmenübereinkommen WHA56.1 dem derzeitigen Stand der Technologie und Wissenschaften angepasst.

Die Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen führt weitreichende Verbote bzw. Einschränkungen im Bereich Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen in den Mitgliedstaaten ein. Sie bedarf der innerstaatlichen Umsetzung bis spätestens 31. Juli 2005.

Das Rahmenübereinkommen der WHO zur Eindämmung des Tabakgebrauchs (Tabakrahmenübereinkommen) vom 21. Mai 2003 (WHA56.1), das am 28. August 2003 durch Österreich (das Ratifizierungsverfahren ist zur Zeit im Laufen) sowie am 16. Juni 2003 durch die Europäische Union, die derzeit den Beitritt zur Tabakrahmenkonvention auf der Grundlage des Gemeinschaftsrechts anstrebt, unterzeichnet wurde, sieht fächerüberschreitend national als auch international zu ergreifende Maßnahmen zur umfassenden Tabakprävention auf Basis eines völkerrechtlichen Vertrages vor. Es bedarf der innerstaatlichen Umsetzung.

Die Notwendigkeit der Definition des Ausdrucks „öffentlicher Ort“ ergab sich bei der Umsetzung der Bestimmungen des Art. 8 Abs. 2 Tabakrahmenübereinkommen WHA56.1 in Zusammensetzung mit Z. 4 Empfehlung des Rates 2003/54/EG. Unter einem „öffentlichen Ort“ im Sinne des Tabakgesetzes ist jeder Ort zu verstehen, der von einem nicht von vornherein beschränkten Personenkreis ständig oder zu bestimmten Zeiten betreten werden kann. Der Begriff „öffentlicher Ort“ fasst sohin nicht nur die bis dato in § 13 aufgelisteten allgemein zugänglichen Räume (in Amtsgebäuden; in schulischen oder anderen Einrichtungen, in denen Kinder und Jugendliche beaufsichtigt, aufgenommen oder beherbergt werden; in Hochschulen oder Einrichtungen der beruflichen Bildung; in der Darbietung von Vorführungen oder Ausstellungen dienenden Einrichtungen; in ortsfesten Einrichtungen des öffentlichen und privaten Bus-, Schienen-, Flug- und Schiffverkehrs) zusammen, sondern umfasst darüber hinaus unter anderen nunmehr alle Einrichtungen des öffentlichen und privaten Bus-, Schienen-, Flug- und Schiffverkehrs als auch Einrichtungen wie beispielsweise Geschäftslokale, Büroräume oder ähnliche Räume mit Kundenverkehr zu den festgelegten Dienstzeiten bzw. zu Zeiten, in denen üblicherweise Parteienverkehr stattfindet, daher insbesondere auch Einkaufszentren u.v.m.

Zu Z. 4 und 5 (§ 2 Abs 2 und 3):

Stark besorgniserregend ist insbesondere die weltweite Zunahme des Tabakkonsums unter Kindern und Jugendlichen, wobei auch in Österreich mit dem Rauchen immer früher begonnen wird. Im Rahmen des internationalen Projektes „Health Behaviour in Schoolaged Children (HBSC)“ erhobene Daten bestätigen Österreich beim Rauchen Jugendlicher einen traurigen europäischen Spitzenplatz: gaben 1990 15% der männlichen Schüler und 12% der weiblichen Schüler der Altersklasse der 15-jährigen an, täglich zu rauen, waren es 2001 bereits 20% der Burschen und 25% der Mädchen.

Da insbesondere die Gruppe der Kinder und Jugendlichen in Bezug auf ihre Nachfrage besonders preisempfindlich reagiert (vgl. „Der Tabakepidemie Inhalt gebieten - Regerungen und wirtschaftliche Aspekte der Tabakkontrolle“, Weltbank, 2003; „Women and the Tobacco Epidemic - Challenges for the 21st Century“, WHO, 2003; Berichtsreihe „Umsetzung, Akzeptanz und Auswirkungen der Tabaksteuererhöhung“, Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung, IFT-Nord, 2002-2004; u.v.m.), sieht der Entwurf vor, dass - unvorigreiflich allfälliger steuerlicher Maßnahmen - das Inverkehrbringen von Einzelzigaretten oder Zigarettenpackungen unter einer Mindestgröße von 20 Stück verboten sein soll. Dies entspricht nicht zuletzt auch konsumentenschutzrechtlichen Überlegungen, da damit ein direkter Preisvergleich von Zigarettenpackungen gleicher Größe erleichtert und die Einführung von Mogelpackungen erschwert wird. Auch der Empfehlung des Rates zur Prävention des Rauchens und für Maßnahmen zur gezielten Eindämmung des Tabakkonsums vom 2. Dezember 2002, 2003/54/EG, CELEX 32003H0054, wird mit der Regelung Rechnung getragen - Art. 1 lit. f der Empfehlung sieht die Einführung eines Verbots des Verkaufs von einzelnen Zigaretten, unverpackten Zigaretten oder Zigarettenpackungen mit weniger als 19 Stück vor. Mit der Regelung wird darüber hinaus nicht zuletzt auch Art. 16 Abs. 3 Tabakrahmenübereinkommen WHA56.1 entsprochen. Unter den anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union (mit Ausnahme Zypern, da diesbezügliche Angaben zur Zeit nicht verfügbar sind) haben bis dato 11 (neue und alte) Mitgliedstaaten Mindestpackungsgrößen eingeführt, wobei in Dänemark, Estland, Irland, Litauen, Polen und Portugal ebenfalls eine 20-Stück-Regelung besteht. In 20 Staaten besteht ein

Verkaufsverbot bezüglich einzelner oder unverpackter Zigaretten (Quelle: WHO Regional Office for Europe, Tobacco control database).

Zu Z. 6 (§ 11):

Durch § 11 Abs. 1 wurde ein allgemeines Verbot der Werbung und des Sponsorings für Tabakerzeugnisse eingeführt. Dies entspricht Art. 13 Abs. 2 Tabakrahmenübereinkommen WHA 56.1, der jede Vertragspartei zur Einführung eines umfassenden Verbots der Werbung und des Sponsorings für Tabakerzeugnisse verpflichtet, soweit dies mit den verfassungsrechtlichen Vorgaben auf nationaler Ebene in Einklang zu bringen ist.

Österreich hat das Tabakrahmenübereinkommen WHA 56.1 am 28. August 2003 unterzeichnet, das Ratifikationsverfahren ist zur Zeit im Laufen. Auch eine Unterzeichnung durch die Europäische Union ist - wie jene der Mehrzahl der Mitgliedstaaten der Europäischen Union - bereits erfolgt, derzeit wird der Beitritt zum Tabakrahmenübereinkommen WHA 56.1 auf der Grundlage des Gemeinschaftsrechts angestrebt.

Nach Art. 36 Tabakrahmenübereinkommen WHA 56.1 wird diese Konvention am neunzigsten Tag nach dem vierzigsten erfolgten Beitritt in Kraft treten, wobei zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Entwurfs bereits über dreißig Beitritte registriert waren und das Inkrafttreten spätestens mit Beitritt aller EU-Staaten, die sich EU-intern dazu verpflichtet haben und diesen derzeit, soweit noch nicht erfolgt, auf innerstaatlicher Ebene vorbereiten, erfolgen kann.

Mit der gegenständlichen Novelle soll das umfassende Werbeverbot umgesetzt werden. Zugleich wird damit die bis spätestens 31.Juli 2005 innerstaatlich umzusetzende Richtlinie 2003/33/EG implementiert, die ein Verbot tabakbezogener Werbung in Printmedien, ein Verbot der Tabakwerbung im Hörfunk, ein Verbot der Tabakwerbung in Diensten der Informationsgesellschaften (Internet) sowie ein Verbot des Sponsorings i.V.m. Tabakprodukten im Rahmen von Veranstaltungen mit grenzüberschreitendem Charakter einführt, den Mitgliedstaaten jedoch die Möglichkeit offen lässt, Tabakwerbung innerstaatlich so zu regeln, wie sie es zum Schutz der menschlichen Gesundheit für erforderlich halten.

In Österreich rauchen rund 2,3 Millionen Menschen, also rund 29 Prozent der Bevölkerung. Davon sind 1/3, also fast 800.000 Personen, stark nikotinabhängig und damit schwer krankheitsgefährdet (Quelle: Arbeitsgemeinschaft Nikotininstitut). Die pharmakologischen und verhaltensorientierten Prozesse, die eine Tabakabhängigkeit bestimmen, sind vergleichbar mit denen bei Suchtgift. Nikotin wirkt im Gehirn ähnlich wie Amphetamine. In der Rangfolge potentiell suchterzeugender Substanzen ist die Wirkung von Nikotin vergleichbar mit jener von beispielsweise Heroin oder Kokain. Seit 1.1.2001 ist Nikotinabhängigkeit eine in Österreich anerkannte Suchtkrankheit.

Tabakrauch enthält mehr als 4000 Chemikalien, darunter viele krebserzeugende und giftige Substanzen. Viele Krankheits- und Todesursachen sind auf die Wirkung dieser Rauchinhaltstoffe zurückzuführen: beispielhaft seien hier neben Herz-Kreislauferkrankungen vor allem Krebs, chronische Bronchitis und obstruktive Atemwegserkrankungen als Folgen des Tabakrauchs zu nennen. Schätzungsweise sterben in Österreich etwa 14.000 Personen jährlich an den Folgen des Tabakkonsums. Krankheitsbelastung und vorzeitige tabakbedingte Sterblichkeit verursachen extrem hohe betriebs- und volkswirtschaftliche Kosten. Schätzungen des Hauptverbandes der Sozialversicherungsträger zufolge entstehen durch im Zusammenhang mit Tabakkonsum stehende Sekundär-Erkrankungen (Krebs, Herz-Kreislauferkrankungen, chronische Lungenerkrankungen) Folgekosten in Höhe von rund 2 Milliarden Euro, das entspricht ca. 20% der Versicherungsleistungen aller Krankenversicherungsträger.

International angelegte Studien der letzten Jahre haben ergeben, dass umfassende Werbe- und Sponsoringverbote einen viel höheren Beitrag zur Tabakprävention leisten als bloße Einschränkungen. Erfahrungswerte aus anderen Staaten zeigen, dass Teilverbote oder Verbote entweder nur im Bereich der Werbung oder nur im Bereich des Sponsorings zu einem Ausweichen der Tabakindustrie und sogar zu einem Ansteigen der durch die Tabakindustrie aufgewandten Werbemittel führen. (vgl. „Der Tabakepidemie Einhalt gebieten - Regierungen und wirtschaftliche Aspekte der Tabakkontrolle“, Weltbank, 2003, „Tobacco Control Legislation: An Introductory Guide“, WHO, 2003).

Insbesondere besorgniserregend ist darüber hinaus, dass der Griff zur Zigarette in immer jüngeren Jahren erfolgt und dass es dabei auch zu einer deutlichen Verschiebung im Geschlechterverhältnis gekommen ist: Dem HBSC-Bericht 2002 zufolge rauchen hierzulande bereits 20% der Burschen und 25% der Mädchen im Alter von 15 Jahren täglich, und mehr als 90% der erwachsenen Raucher bzw. Raucherinnen haben vor ihrem 18. Lebensjahr zu rauchen begonnen, wobei 96% der 11-Jährigen, jedoch nur mehr 55% er 15-Jährigen angibt, „gar nicht“ zu rauchen.

Überdies haben Untersuchungen ergeben, dass Werbebotschaften insbesondere Kinder und Jugendliche fesseln und bei ihnen gut in Erinnerung bleiben (vgl. „Der Tabakepidemie Einhalt gebieten - Regierungen und wirtschaftliche Aspekte der Tabakkontrolle“, Weltbank, 2003).

Aus den angeführten Gründen erschien es im Sinne der Staatsaufgabe Gesundheit zur Erreichung des Zweckes des Schutzes der Gesundheit sowie der Verbesserung der Gesundheit in einer demokratischen Gesellschaft wichtig, umfassende Werbe- und Sponsoringverbote einschließlich des Verbots der verbilligten Abgabe, Gratisverteilung und Zusendung von Tabakerzeugnissen gesetzlich einzuführen.

Die stückweise Gratisabgabe an erwachsene Raucher in Tabaktrafiken anlässlich der Neueinführung einer Marke innerhalb eines Zeitraumes von sechs Monaten nach erstmaligem Inverkehrbringen dieser Marke soll jedoch gestattet sein, um neue, allenfalls weniger schädliche Produkte, zu promoten und den Umstieg auf diese zu erleichtern, sowie wettbewerbsmäßige Nachteile für deren Produzenten zu vermeiden.

Ausnahmen zum generellen Werbe- und Sponsoringverbot bestehen darüber hinaus in Bezug auf Namen, Marken oder Symbole, die zur Zeit des Inkrafttretens dieser Bestimmung bereits guten Glaubens sowohl für Tabakerzeugnisse als auch für andere Erzeugnisse verwendet wurden. Die Weiterführung der auf Tabakerzeugnisse bezogenen Namen, Marken oder Symbole im Rahmen der Produktdiversifikation sowie im Rahmen der Bewerbung dieser Erzeugnisse bzw. des Sponsorings zugunsten dieser Erzeugnisse soll unter der Voraussetzung zulässig bleiben, dass es sich bei diesen anderen Erzeugnissen sowie bei der darauf bezogenen Werbung oder dem darauf bezogenen Sponsoring eindeutig nicht um Tabakerzeugnisse handelt und keine sonstigen für ein Tabakerzeugnis bereits benutzten Unterscheidungsmerkmale verwendet werden.

Diese Ausnahmeregelung soll allfällige Wettbewerbsnachteile für Produkte beispielsweise der Mode- oder Parfumindustrie, die zur Zeit des Inkrafttretens des generellen Werbe-/Sponsoringverbotes für Tabakerzeugnisse bereits bestehen, namensgleich mit Tabakerzeugnissen sind und sich bereits unter dem Namen eines Tabakerzeugnisses ein Renomee aufgebaut haben, ausschließen.

Diese Ausnahme gilt jedoch nicht für Namen, Marken oder Symbole für von Tabakerzeugnissen verschiedene Erzeugnisse, die nach Inkrafttreten dieser Bestimmung entwickelt und in Verkehr gebracht werden, da der angesprochene mögliche Nachteil bei solchen Produkten nicht besteht.

Auch dürfen Presse und andere gedruckte Veröffentlichungen, die in Drittländern gedruckt und herausgegeben werden und die Tabakwerbung enthalten, auch in Zukunft in Österreich weiterhin vertrieben werden. Diese Bestimmung steht im Einklang mit der Werberichtlinie der EU. Voraussetzung ist jedoch, dass diese in Drittländern herausgegebenen bzw. produzierten Presseprodukte nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt der Europäischen Union bestimmt sind. Mit dieser Ausnahmeregelung soll den österreichischen Fachhändlern sowie den österreichischen Lesern der Zugang zu diesen Druckwerken weiterhin ermöglicht werden und sollen allfällige Wettbewerbsnachteile, die andernfalls für diese Presseprodukte auf dem österreichischen Markt gegenüber anderen EU-Staaten bestünden, ausgeschlossen werden.

In Zusammenhang mit in der Gemeinschaft erzeugten Presse und Druckschriften und dem für diese vor gesehenen Tabakwerbeverbot ist ergänzend auszuführen, dass dieses Werbeverbot (§ 11 iVm § 1 Z 7 und 7a) vornehmlich darauf abzielt zu verhindern, dass seitens der Tabakindustrie künftig Werbeeinschaltungen für Tabakerzeugnisse getätigt werden bzw. diese Einschaltungen durch die Herausgeber von Presse und Druckschriften angenommen werden. Importeure sowie jene Personen, die Presse und Druckschriften an den Letztabbraucher abgeben und in dieser Rolle keinerlei Einflussnahmemöglichkeit auf den Inhalt der angeführten Medien haben, sollen durch die Regelungen des § 11 iVm § 1 Z 7 und 7a nicht beschwert sein.

Mitteilungen, die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt und ausschließlich diesen zugänglich sind wurden ebenfalls vom generellen Werbe-/Sponsoringverbot für Tabakerzeugnisse ausgenommen, da diese rein informativen Charakter für den Tabakhandel haben beziehungsweise darin enthaltene Werbung nicht an den Endverbraucher gerichtet ist oder von diesem eingesehen wird.

Die Darbietung der zum Verkauf angebotenen Tabakerzeugnisse samt Preisangaben an den zum Verkauf von Tabakerzeugnissen befugten Stellen sowie die Werbung durch Trafikanten an ihren Verkaufsstellen für die dort angebotenen Produkte ist unter den in § 11 Z 5 aufgeführten Beschränkungen vom generellen Werbe-/Sponsoringverbot für Tabakerzeugnisse ausgenommen. Dadurch soll den zum Verkauf von Tabakerzeugnissen befugten Stellen weiterhin die Möglichkeit belassen bleiben, ihre Waren offen - beispielsweise in Regalen - samt Preisangaben anzubieten, überdies soll damit den Konsumenten weiterhin die Möglichkeit der freien Wahl zwischen den angebotenen Produkten möglich bleiben. Personen, die hauptsächlich vom Verkauf von Tabakerzeugnissen und damit verbundenen Produkten leben und dadurch zur Tabakkontrolle durch Überprüfung beziehungsweise Beschränkung der Abgabe einen wesentlichen Beitrag leisten, sollen somit aus den getroffenen Werbe- und Sponsoring-Regelungen des § 11 iVm § 1 Z 7 und 7a keine gravierenden wettbewerblichen Nachteile gegenüber anderen Personen erfahren, die auf die Bewerbung und den Verkauf anderer Produkte ausweichen können.

Weiters sind für eine Übergangsperiode (bis Ende 2006) noch bestimmte Werbe- bzw. Sponsoringmaßnahmen erlaubt: Während grenzüberschreitendes Sponsoring in Umsetzung der EU-Werberichtlinie ab August 2005 nicht mehr möglich sein wird, soll 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, sowie Werbung für Tabakerzeugnisse in der Form von Plakatwerbung sowie Kinowerbung im Rahmen nicht jugendfreier Kinovorstellungen nach § 11 Abs. 4 Z 5 und 6 iVm § 17 Z 6 noch für eine Übergangsphase bis zum 31.12.2006 erlaubt bleiben. Damit soll ausgeschlossen werden, dass mit dem Verbot in allfällige derzeit bestehende diesbezügliche Verträge eingegriffen wird bzw. soll den betroffenen Unternehmungen genügend Zeit zur Neuorientierung gewährleistet sein.

Es soll aber sichergestellt werden, dass auch im Rahmen dieser Übergangsregelungen bis zu deren Auslaufen mit Ende 2006 die bereits bisher bestehenden Beschränkungen weiterhin aufrecht bleiben (Abs. 5).

Zu Z. 7 (§ 13):

In Österreich rauchen rund 2,3 Millionen Menschen also rund 29 Prozent der Bevölkerung. Davon sind 1/3, also fast 800.000 Personen, stark nikotinabhängig und damit schwer krankheitsgefährdet (Quelle: Arbeitsgemeinschaft Nikotininstitut). Die pharmakologischen und verhaltensorientierten Prozesse, die eine Tabakabhängigkeit bestimmen, sind vergleichbar mit denen bei Suchtgift. Nikotin wirkt im Gehirn ähnlich wie Amphetamine. In der Rangfolge potentiell suchterzeugender Substanzen ist die Wirkung von Nikotin vergleichbar mit jener von beispielsweise Heroin oder Kokain. Seit 1.1.2001 ist Nikotinabhängigkeit eine in Österreich anerkannte Suchtkrankheit.

Tabakrauch enthält mehr als 4000 Chemikalien, darunter viele krebserzeugende und giftige Substanzen. Viele Krankheits- und Todesursachen sind auf die Wirkung dieser Rauchinhaltstoffe zurückzuführen: beispielhaft seien hier neben Herz-Kreislauferkrankungen vor allem Krebs, chronische Bronchitis und obstruktive Atemwegserkrankungen als Folgen des Tabakrauchs zu nennen. Schätzungsweise sterben in Österreich etwa 14.000 Personen jährlich an den Folgen des Tabakkonsums. Krankheitsbelastung und vorzeitige tabakbedingte Sterblichkeit verursachen extrem hohe betriebs- und volkswirtschaftliche Kosten. Schätzungen des Hauptverbandes der Sozialversicherungsträger zufolge entstehen durch im Zusammenhang mit Tabakkonsum stehende Sekundär-Erkrankungen (Krebs, Herz-Kreislauferkrankungen, chronische Lungenerkrankungen) Folgekosten in Höhe von rund 2 Milliarden Euro, das entspricht ca. 20% der Versicherungsleistungen aller Krankenversicherungsträger.

Insbesondere besorgniserregend ist darüber hinaus, dass der Griff zur Zigarette in immer jüngeren Jahren erfolgt und dass es dabei auch zu einer deutlichen Verschiebung im Geschlechterverhältnis gekommen ist: Dem HBSC-Bericht 2002 zufolge, rauchen hierzulande bereits 20% der Burschen und 25% der Mädchen im Alter von 15 Jahren täglich und mehr als 90% der erwachsenen Raucher haben vor ihrem 18. Lebensjahr zu rauchen begonnen, wobei 96% der 11-Jährigen, jedoch nur mehr 55% der 15-Jährigen angeben, „gar nicht“ zu rauchen.

Auch Nichtraucherinnen und Nichtraucher sind von der Thematik betroffen, da sie dem Tabakrauch ausgesetzt sind. Es ist heute wissenschaftlich anerkannt, dass auch Passivrauchen schadet. Die im ausgestoßenen Tabakrauch enthaltenen Schadstoffe und Gifte führen zu Beeinträchtigungen bis hin zu ernst zu nehmenden Gesundheitsschäden.

In besonderem Maße von den Folgen des Passivrauchens betroffen sind unsere Nachkommen: Der WHO-Publikation „Frauen und die Tabakepidemie“ (2001) zufolge führt Passivrauchen bei Ungeborenen und Kleinkindern unter anderem zu leicht reduziertem Geburtsgewicht, schwereren und vermehrten chronischen Atemwegserkrankungen, Mittelohrerkrankungen und reduzierter Lungenfunktion. Darüber hinaus wird vermutet, dass Rauchen während der Schwangerschaft eine der Hauptursachen für den plötzlichen Kindstod ist. Es werden immer mehr Zusammenhänge zwischen Erkrankungen von Kindern und Passivrauchen vermutet und untersucht.

Bei Erwachsenen wurde vor allem ein Zusammenhang zwischen Passivrauchen und Krebs (Lungenkrebs; auch eine Veränderung der DNS von weißen Blutzellen konnte - v.a. bei Kindern - festgestellt werden) und koronaren Herzerkrankungen entdeckt. Auskünften der Arbeitsgemeinschaft Nikotininstitut zufolge löst Passivrauchen auch v.a. Reaktionen bei Allergikern verschiedenster Genese (v.a. auch Tabakkern) aus.

Unbeschadet der arbeitsrechtlichen Bestimmungen und unabhängig von den bereits derzeit gemäß § 12 bestehenden Rauchverboten (in Räumen zu Unterrichts- und Fortbildungszwecken, Verhandlungszwecken und schulsportlicher Betätigung) soll der Nichtraucherschutz verstärkt werden. Sieht § 13 TabG derzeit Rauchverbot in allgemein zugänglichen Räumen bestimmter Einrichtungen vor (in Amtsgebäuden; in schulischen oder anderen Einrichtungen, in denen Kinder und Jugendliche beaufsichtigt, aufgenommen oder beherbergt werden; in Hochschulen oder Einrichtungen der beruflichen Bildung; in der

Darbietung von Vorführungen oder Ausstellungen dienenden Einrichtungen), so soll dieses Rauchverbot künftig generell auf Räume öffentlicher Orte ausgeweitet werden. Nur dort, wo eine ausreichende Anzahl von Räumlichkeiten besteht, können als Ausnahme vom Rauchverbot Räume bezeichnet werden in denen das Rauchen gestattet ist; eine solche Ausnahme ist jedoch nur dann möglich, wenn gewährleistet ist, dass der Tabakrauch aus diesen „Raucherräumen“ nicht in den mit Rauchverbot belegten Bereich dringt und das Rauchverbot dadurch nicht umgangen wird. Analog der derzeitigen Regelung gilt diese Möglichkeit, „Raucherräume“ vorzusehen, ausdrücklich nicht für schulische oder anderen Einrichtungen, in denen Kinder und Jugendliche beaufsichtigt, aufgenommen oder beherbergt werden.

Aus den dargelegten Fakten zur gesundheitlichen Problematik des Rauchens in Österreich ergibt sich die politische Zielvorgabe des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen, die bisher bestehenden Rauchverbote des § 13 Tabakgesetz generell auf Räume „öffentlicher Orte“ nach § 1 Z 11 auszudehnen mit dem Ziel, in Österreich auf lange Sicht das Nichtrauchen als „Norm“ einzuführen, während Rauchen künftig die Ausnahme sein soll.

Die in § 13 enthaltenen Nichtraucherschutzregelungen umfassen sohin neben den bis dato in § 13 , BGBl. Nr. 431/1995 i.d.F. BGBl. I Nr. 74/2003, aufgelisteten allgemein zugänglichen Räumen – d.s. die taxativ aufgezählten allgemein zugängliche Räume von Amtsgebäuden; schulischen oder anderen Einrichtungen, in denen Kinder und Jugendliche beaufsichtigt, aufgenommen oder beherbergt werden; Hochschulen oder Einrichtungen der beruflichen Bildung; der Darbietung von Vorführungen oder Ausstellungen dienenden Einrichtungen - nunmehr generell alle Räume von Einrichtungen des öffentlichen und privaten Bus-, Schienen-, Flug- und Schiffverkehrs, darüber hinaus aber auch Einrichtungen wie beispielsweise Geschäftslokale, Büroräume oder ähnliche Räume mit Kundenverkehr zu den festgelegten Dienstzeiten bzw. zu Zeiten, in denen üblicherweise Parteienverkehr stattfindet, wie insbesondere Einkaufszentren u.v.m.

Um eine breite Akzeptanz dieser Maßnahmen in der Bevölkerung sicherzustellen, gingen der nunmehrigen Textierung des § 13 Gespräche unter anderem mit den Sozialpartnern voraus. Dabei galt es, auf Basis der vor allem breit gestreuten langjährigen Erfahrungen der Wirtschaft eine Regelung zu finden, die Tradition und Gesellschaftsverständnisse der österreichischen Bevölkerung berücksichtigt und so deren Akzeptanz für diese neuen, für die Gesundheit wichtigen Maßnahmen erzielen soll. Um diese gesellschaftlichen Werte - beispielsweise im Sinne der österreichischen Kaffeehaus- und Heurigenkultur - zu erhalten, wurden Betriebe des Gastgewerbes (vgl. hierzu vor allem §§ 111 ff GewO) sowie Betriebe nach § 111 Abs. 2 Z 2, 3, 4 oder 5 GewO (Schutzhütten, Buschenschanken, Privatzimmervermietungen, in Tankstellen befindliche Gastronomiebereiche) von dem allgemeinen Verbot des § 13 ausgenommen.

Ebenso vom allgemeinen Rauchverbot in Räumen öffentlicher Orte ausgenommen wurden die Tabaktrifiken. Den Trafikanten - also jenem Personenkreis, der hauptsächlich vom Verkauf von Tabakerzeugnissen und damit verbundenen Produkten lebt und zur Tabakkontrolle durch Überprüfung beziehungsweise Beschränkung der Abgabe einen wesentlichen Beitrag leistet – soll damit weiterhin die Möglichkeit geben werden, ihren Kunden zu gestatten, das legale Produkt Tabak an Ort und Stelle zu testen beziehungsweise dort auch konsumieren zu können.

Mit ausdrücklicher Ausnahme der schulischen oder anderen Einrichtungen, in denen Kinder oder Jugendliche beaufsichtigt, aufgenommen oder beherbergt werden, soll es diesen Einrichtungen, in denen künftig Rauchverbot besteht, im Falle ausreichender Raumkapazitäten möglich sein, Räume zu bezeichnen, in denen das Rauchen gestattet ist. Es muß aber gewährleistet sein, dass der Tabakrauch nicht in den mit Rauchverbot belegten Bereich dringt und das Rauchverbot dadurch nicht umgangen wird.

Zu Z. 8 (§ 13a):

Um die Durchsetzung der im § 13 verankerten Rauchverbote zu erleichtern wird vorgesehen, diese in der vorgeschriebenen Form verpflichtend kenntlich zu machen.

Bei der diesbezüglichen Textierung wurde insbesondere darauf geachtet, dass die Kenntlichmachung der Rauchverbote maximale Effektivität bei minimalem Aufwand erreicht: so lässt § 13a unter anderem die Möglichkeit offen, den Rauchverbotshinweis nach Abs. 1 - beispielsweise unter Verwendung von EDV-Geräten/-Zubehör - selbst anzufertigen, es soll jedoch andererseits die Möglichkeit unbenommen bleiben, (handels-)übliche Schilder oder Symbole zu verwenden (vgl. Abs. 2). Zahl und Größe der Rauchverbots-hinweise können frei gewählt werden unter der Voraussetzung, dass die Rauchverbotshinweise überall im Raum oder der Einrichtung klar ersichtlich sind.

Zu Z. 9 (§ 14 Abs. 1 Z 3):

§ 14 Abs. 1 Z 3 wurde lediglich dahingehend angepasst, dass sich die in § 1 Z 7 und 7a iVm § 11 getroffenen Regelungen über die Werbung für Tabakerzeugnisse hinaus auch auf das Sponsoring zugunsten von Tabakprodukten beziehen.

Zu Z. 10 (§ 14a):

An das Bundesministerium für Gesundheit und Frauen wird regelmäßig – vor allem seitens unterschiedlicher Körperschaften öffentlichen Rechts – das Problem herangetragen, dass die Rauchverbotsbestimmungen zugunsten Nichtrauchern der §§ 12f Tabakgesetz in der Praxis nicht durchgesetzt werden könnten, da es keine diesbezüglichen Strafbestimmungen gibt. So traten vor allem wiederholte Male auch der Österreichische Rechtsanwaltskammertag sowie das Amt der Wiener Landesregierung und die Österreichische Ärztekammer, aber auch Bundesarbeiterkammer und Österreichischer Gewerkschaftsbund, für eine Einführung von Sanktionen bei Verstößen gegen im Tabakgesetz statuierte Rauchverbote ein.

Derzeit handelt es sich bei den Nichtraucherschutzbestimmungen des Tabakgesetzes auf Grund des Fehlens von Sanktionsvorschriften um eine *lex imperfecta*, sodass eine „unvollständige Norm“ und damit letztlich eine Nicht-Norm vorliegt. Bei derartigen, Verstößen gegen Verbote nicht sanktionierenden, Bestimmungen besteht die Gefahr, dass die Glaubwürdigkeit des Gesetzgebers beziehungsweise gegebenenfalls die Ernsthaftigkeit gesundheitspolitischer Vorgaben untergraben wird.

In diesem Sinne wurde im neuen § 14a Tabakgesetz in einem ersten Schritt zunächst der Verstoß gegen das Gebot des § 13a Tabakgesetz – deutliches Ausweisen der Rauchverbote - nunmehr ausdrücklich als Verwaltungsübertretung bezeichnet und eine Geldstrafe festgesetzt, die die Durchsetzung der Ausschilderungspflicht im Sinne des Tabakgesetzes erleichtern soll.

Dies ist sowohl aus general- als auch aus spezialpräventiver Sicht erforderlich und berücksichtigt die Sanktionierung der nunmehr verbindlich festgelegten Ausschilderungspflicht für Rauchverbote.

Das Strafausmaß von bis zu 720,-- € wurde auf Grundlage vergleichbarer verwaltungsstrafrechtlicher Bestimmungen wie § 99 Abs 3 StVO oder den Jugendschutzgesetzen der Länder gewählt und spiegelt das Ausmaß der Verwaltungsübertretung unter Einbeziehung gesundheitlicher Aspekte wie der Gefährdung Dritter durch Passivrauchen wider.

Nach einer Einführungsphase wird daher ab 1. Jänner 2007 eine Sanktion bei Übertretungen der nach § 13a statuierten Kennzeichnungspflichten von Rauchverboten zu verhängen sein, wobei sich das Strafausmaß hier auf eine Geldstrafe bis zu 720 € beläuft; dies nicht zuletzt, da es im Interesse des Kennzeichnungspflichtigen selbst ist, allfällige bestehende Rauchverbote auszuschildern.

Bis zum 1. Jänner 2007 wird überdies die Einhaltung der Rauchverbote evaluiert und werden gegebenenfalls notwendige darüber hinausgehende Maßnahmen einschließlich Sanktionen auch bei einem Verstoß gegen sonstige Rauchverbotsregelungen geprüft.

Zu Z. 11 (§ 17):

Die durch dieses Bundesgesetz in das Tabakgesetz eingeführten Neuerungen treten - als Teil des Gesamtpakets einer durch die Bundesministerin für Gesundheit und Frauen durchgeföhrten Gesundheitsreform - hinsichtlich § 1 Z 11, § 2 Abs. 2 und 3, § 13 und § 13a mit 1. Jänner 2005 in Kraft.

§ 1 Z 7 und 7a sowie § 11 treten - nicht zuletzt in Umsetzung des Art. 10 Abs. 1 der Richtlinie 2003/33/EG - mit 31. Juli 2005 in Kraft.

Bis zum 1. Jänner 2007 wird die Einhaltung der Rauchverbote nach § 13a evaluiert und werden gegebenenfalls notwendige darüber hinausgehende Maßnahmen einschließlich Sanktionen auch bei einem Verstoß gegen sonstige Rauchverbotsregelungen geprüft. Dieser Evaluationsfrist entsprechend tritt § 14a mit 1. Jänner 2007 in Kraft.

§ 11 Abs. 4 Z 5 und 6 tritt - nach Auslaufen der Übergangsphase - mit Ablauf des 31. Dezembers 2006 außer Kraft.

Textgegenüberstellung

Geltende Fassung

Begriffsbestimmungen

§ 1. Im Sinne dieses Bundesgesetzes gilt als

- ...
7. "Werbung" mündliche, schriftliche oder bildliche Kommunikation durch Druckwerke, Rundfunk, Fernsehen oder Film, deren Ziel die Verkaufsförderung für ein Tabakerzeugnis ist, einschließlich jeder Form der Gratisverteilung, der verbilligten Abgabe und der Zusendung sowie des Sponsorings,

...

Verbot des Inverkehrbringens

§ 2. (1)...

(2) Verbote des Inverkehrbringens von Tabakerzeugnissen auf Grund anderer Rechtsvorschriften bleiben unberührt.

Tabakwerbung

§ 11. (1) Werbung für Tabakerzeugnisse ist nur unter Einhaltung der Abs. 2 bis 5 zulässig und darf nicht mit einer Bewerbung anderer Produkte verbunden sein.

(2) Werbung für Tabakerzeugnisse in der Form von Plakat- und Kinowerbung sowie der Werbung in Druckschriften ist mit einem deutlich lesbaren, fettgedruckten und auf kontrastierendem Hintergrund angebrachten Hinweis auf die Gesundheitsschädlichkeit des Tabakkonsums gemäß § 5 Abs. 1 oder 2 oder einer

Vorgeschlagene Fassung

Begriffsbestimmungen

§ 1. Im Sinne dieses Bundesgesetzes gilt als

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

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,

- ...
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.

Verbot des Inverkehrbringens

§ 2. (1)...

(2) Das Inverkehrbringen von Einzelzigaretten, unverpackten Zigaretten oder Zigarettenpackungen unter einer Mindestgröße von 20 Stück ist verboten.

(3) Verbote des Inverkehrbringens von Tabakerzeugnissen auf Grund anderer Rechtsvorschriften bleiben unberührt.

Werbung und Sponsoring

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

(2) Als Ausnahme vom Verbot des Abs. 1 dürfen Namen, Marken oder Symbole, die zur Zeit des Inkrafttretens 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

Verordnung nach § 5 Abs. 3 zu verstehen. Darüber hinaus gilt:

1. Plakatwerbung für Tabakerzeugnisse im allgemeinen Plakatanschlag ist nur bis zur Größe von 16 Bogenanschlägen zulässig. Sie ist unzulässig im direkten Sichtbereich von Schulen und Jugendzentren.
 2. Werbung für Tabakerzeugnisse im Auftrag eines tabakherstellenden oder -vertreibenden Unternehmens ist auf eine Seite pro Ausgabe eines periodischen Druckwerkes zu beschränken; konzernmäßig verbundene Tabakhersteller oder -vertreiber gelten dabei als ein Unternehmen.
 3. Werbung für Tabakerzeugnisse in Kinos im Rahmen jugendfreier Kinovorstellungen ist unzulässig.
- (3) Verboten ist:
1. Werbung für Tabakerzeugnisse im Fernsehen und Hörfunk im Rahmen von Werbesendungen.
 2. Werbung für Zigaretten mit mehr als 10 mg Kondensat(Teer)-Gehalt; bis 31. Dezember 1996 ist Werbung auch für Zigaretten mit höchstens 13 mg Kondensat(Teer)-Gehalt zulässig.
 3. Werbung für filterlose Zigaretten.
 4. Werbung für Tabakerzeugnisse unter Verwendung von Aussagen, Aufmachungen oder Darstellungen, durch die der Eindruck hervorgerufen wird, daß der Genuß von Tabakerzeugnissen gesundheitlich unbedenklich sei.
 5. Werbung für Tabakerzeugnisse unter Verwendung von Aussagen oder Darstellungen, die sich speziell an die Zielgruppe Jugendliche richten.
 6. 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 0 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; 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.
 7. Werbung für Tabakerzeugnisse unter Verwendung gezeichneter Bildererzählungen (Comics) sowie einzelner Figuren daraus.
 8. Die verbilligte Abgabe sowie die werbemäßige Gratisverteilung und Zu-

dieser anderen Erzeugnisse verwendet werden. Voraussetzung ist, dass

1. es sich bei diesen anderen Erzeugnissen 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 Inkrafttreten dieser Bestimmung entwickelt und in Verkehr gebracht werden.

sendung von Tabakerzeugnissen. Die stückweise Gratisabgabe an erwachsene Raucher anlässlich der Neueinführung einer Marke ist jedoch innerhalb eines Zeitraumes von acht Monaten nach erstmaligem Inverkehrbringen dieser Marke zulässig.

9. 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.
10. Werbung für Tabakerzeugnisse durch Himmelschreiber oder ähnliche, die allgemeine öffentliche Aufmerksamkeit erregende Aktionen.

(4) Werbebeschränkungen für Tabakwaren dürfen nicht durch indirekte Bewerbung von Tabakwaren über andere wie Tabakwaren aufgemachte Produkte umgangen werden.

(5) Sponsoring von Veranstaltungen, Gruppen oder Vereinen sowie die Bekanntmachung dieses Sponsorings ist nur im Rahmen bestehender Werbebeschränkungen zulässig

(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 Tabaktrafikanten 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. Darauf hinaus gilt:

1. Plakatwerbung für Tabakerzeugnisse im allgemeinen Plakatanschlag ist nur bis zur Größe von 16 Bogenanschlägen 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 Inverkehrbringen dieser Marke.

Nichtraucherschutz

...

§ 13. (1) Unbeschadet arbeitsrechtlicher Bestimmungen und der Regelung

Nichtraucherschutz

...

§ 13. (1) Unbeschadet arbeitsrechtlicher Bestimmungen und der Regelung

des § 12 gilt Rauchverbot in allgemein zugänglichen Räumen folgender Einrichtungen:

1. Amtsgebäuden,
2. schulischen oder anderen Einrichtungen, in denen Kinder und Jugendliche beaufsichtigt, aufgenommen oder beherbergt werden,
3. Hochschulen oder Einrichtungen der beruflichen Bildung,
4. der Darbietung von Vorführungen oder Ausstellungen dienenden Einrichtungen.

(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. Diese Ausnahme gilt nicht für Einrichtungen im Sinne des Abs. 1 Z 2.

(3) In ortsfesten Einrichtungen des öffentlichen und privaten Bus-, Schienen-, Flug- und Schiffverkehrs sind in ausreichendem Maße Nichtraucherzonen einzurichten.

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.

„§ 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.

Strafbestimmungen

§ 14. (1) Wer

1. Tabakerzeugnisse entgegen § 2 in Verkehr bringt,

Strafbestimmungen

§ 14. (1) Wer

1. Tabakerzeugnisse entgegen § 2 in Verkehr bringt,

2. gegen die Meldepflicht gemäß § 8 verstößt oder
3. entgegen § 11 Werbung betreibt,

begeht, sofern die Tat nicht den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist, eine Verwaltungsübertretung und ist mit Geldstrafe bis zu 7 260 Euro, im Wiederholungsfall bis zu 14 530 Euro zu bestrafen.

2. gegen die Meldepflicht gemäß § 8 verstößt oder
3. entgegen § 11 Werbung oder Sponsoring betreibt,

begeht, sofern die Tat nicht den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist, eine Verwaltungsübertretung und ist mit Geldstrafe bis zu 7 260 Euro, im Wiederholungsfall bis zu 14 530 Euro zu bestrafen.

§ 14a Wer die Kennzeichnungspflichten von Rauchverboten nach § 13a verletzt, begeht, sofern die Tat nicht dem 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 € zu bestrafen.

Übergangs- und Schlußbestimmungen

...

§ 17. (1) § 13 Abs. 2 letzter Satz tritt mit 1. September 1995 in Kraft.

(2) Die Beschränkungen des § 11 Abs. 5 gelten bis zum 1. Jänner 2000 nicht für Namen und Symbole von Tabakprodukten, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Bundesgesetzes bereits für Vereine in Verwendung stehen.

Übergangs- und Schlussbestimmungen

...

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

(2) Die Bestimmungen des § 1 Z 7 und 7a sowie des § 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.