

Daniel Donauer / Jeremias Autenried

Die Regulierung alkoholischer Erzeugnisse

Rechtliche Behandlung alkoholischer Getränke nach schweizerischem Recht (Herstellung, Vertrieb, Deklaration und Werbung)

Vorliegender Beitrag widmet sich der nur schwer überschaubaren Regulierungsflut mit Bezug zu alkoholischen Erzeugnissen. Der Fokus liegt dabei auf einer Analyse und Auslegeordnung des geltenden Rechts betreffend Herstellung und Vertrieb alkoholischer Getränke. Nebst der herausfordernden Rechtsberatung bei der Umsetzung der Getränkeherstellung und des Vertriebs bestehen zusätzlich zahlreiche Normen, welche bei der Anpreisung und Bewerbung alkoholischer Erzeugnisse ebenfalls beachtet werden müssen. Die Rechtseinhaltung gestaltet sich unter diesem Gesichtspunkt für die an der Vertriebskette teilnehmenden Unternehmen als äusserst anspruchsvoll.

Beitragsart: Wissenschaftliche Beiträge

Rechtsgebiete: Gesundheitsrecht; Heilmittel, Medizinprodukte, Lebensmittel;
Handelsrecht

Zitiervorschlag: Daniel Donauer / Jeremias Autenried, Die Regulierung alkoholischer Erzeugnisse, in: Jusletter 12. Oktober 2020

Inhaltsübersicht

1. Einführende Bemerkungen
2. Rechtliche Grundlagen
 - 2.1. Bundesverfassung und massgebliche Erlasse in der Übersicht
 - 2.2. Lebensmittelrechtliche Verankerung (LMG)
 - 2.3. Alkoholgesetzgebung (AlkG)
 - 2.4. Massgebliches Verordnungsrecht (LGV, LIV, AlkV und Getränkeverordnung)
3. Alkohol als besonderes Lebensmittel
 - 3.1. Definitionen für alkoholische Erzeugnisse und Getränke
 - 3.1.1. Lebensmittelbegriff im Allgemeinen (LMG)
 - 3.1.2. Alkoholbegriff gemäss Alkoholgesetzgebung (AlkG)
 - 3.1.3. Alkoholbegriff gemäss Getränkeverordnung
 - 3.2. Rechtliche Konsequenzen der Komplementärregulierung
 - 3.3. Schutzbedürfnis und Überleitung
4. Regulatorische Anforderungen im Allgemeinen
 - 4.1. Relevanz der partizipativen Stellung innerhalb der Vertriebskette
 - 4.2. Produktion alkoholischer Getränke
 - 4.2.1. Herstellung gebrannter Wasser
 - a. Konzessionierung und Kategorisierung
 - b. Gewerbekonzession
 - c. Hausbrennereikonzession und Brennauftrag
 - 4.2.2. Herstellung sonstiger alkoholischer Getränke
 - 4.3. Vertrieb alkoholischer Getränke im Gross- und Zwischenhandel
 - 4.3.1. Einfuhr, Ausfuhr und Durchfuhr gebrannter Wasser (Steuerlager)
 - 4.3.2. Vertrieb im Gross- und Zwischenhandel (Grosshandel)
 - 4.4. Verkauf alkoholischer Getränke im Detailhandel und in der Gastronomie (Kleinhandel)
 - 4.5. Internethandel im Besonderen
 - 4.6. Altersbeschränkungen beim Verkauf alkoholischer Getränke
5. Deklarationsvorschriften im Besonderen
6. Abgabe und Werbung im Besonderen
 - 6.1. Abgabe
 - 6.2. Werbung
 - 6.2.1. Werberechtliche Grundsätze
 - 6.2.2. Beschränkung der Werbung für alkoholische Getränke
 - 6.2.3. Beschränkung der Werbung in Radio- und Fernsehen
 - 6.2.4. Besondere Beschränkungen für gebrannte Wasser
 - 6.2.5. Besondere kantonale Beschränkungen
7. Sanktionierung und Vollzug
 - 7.1. Produktion gebrannter Wasser
 - 7.2. Vertrieb gebrannter Wasser im Gross- und Zwischenhandel
 - 7.3. Verkauf im Detailhandel und Gastronomie (Kleinhandel)
 - 7.4. Verstoss gegen lebensmittelrechtliche Bestimmungen
 - 7.5. Vollzug
8. Abschliessende Bemerkungen

1. Einführende Bemerkungen

[1] Basierend auf neueren Erhebungen des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) konsumieren rund 86% der Schweizer Bevölkerung ab einem Alter von 15 Jahren regelmässig oder zumindest in regelmässigeren Abständen Alkohol, wobei die Hälfte dieser Personen gar mindestens einmal wö-

chentlich «zur Flasche greift».¹ Es erstaunt in Anbetracht einer solch intensiven Nachfrage nach der Substanz Alkohol (oder für solchen beinhaltende Produkte) wenig, dass zahlreiche Teilnehmer am Markt in mehr oder weniger massgeblicher Weise an der Vertriebskette für alkoholische Getränke partizipieren wollen.² Solche Marktteilnehmer finden sich etwa in Form von Produzenten, Gross- und Zwischenhändlern, internationalen sowie lokalen Distributoren, Lager- und Logistikunternehmen sowie Detailhändlern oder Gastronomen – sämtliche dieser Partizipanten erfüllen ihre jeweils charakteristische Aufgabe beim Absatz alkoholischer Erzeugnisse und profitieren ihrerseits vom innerhalb der Bevölkerung stark verankerten Verlangen am Genussmittel Alkohol.³

[2] Trotz der überaus breiten Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung handelt es sich beim Produkt Alkohol dennoch nicht bloss um ein «gewöhnliches» Konsumgut, das ohne Weiteres produziert, verkauft und von Konsumentinnen und Konsumenten individuell bezogen werden dürfte. Vielmehr unterliegt Alkohol (seit mittlerweile über einem Jahrhundert) zunehmend intensiver Regulierung und bildet gerade hinsichtlich der Suchtmittelproblematik regelmässig Gegenstand ausgiebiger gesundheitspolitischer Diskussionen. In diesem Zusammenhang bemühen sich denn auch zahlreiche Verbände und Organisationen intensiv darum, alkoholbedingte Probleme für das Schutzgebiet Schweiz (aber auch im internationalen Kontext) zu thematisieren und dahingehende Empfehlungen abzugeben, auf welche sich wiederum die betreffende Branche regelmässig neu einzustellen hat.⁴

[3] Diese zunehmende Regulierungsdichte macht es erforderlich, dass sämtliche sich mit Alkoholerzeugnissen beschäftigenden Marktteilnehmer jeweils über die anwendbaren Bestimmungen ausreichend informiert sind, möchten sie sich nicht einem möglichen Risiko administrativer sowie strafrechtlicher Konsequenzen ausgesetzt sehen. Insbesondere aus Sicht der Produzenten sowie Distributoren alkoholischer Produkte stellen sich diesbezüglich zahlreiche regulatorische sowie auch faktische Umsetzungsfragen, die es beim Eintritt in den entsprechenden Marktweig zu berücksichtigen und nach der Betriebsaufnahme weiterhin intensiv zu überwachen gilt. Die Massgeblichkeit der relevanten Vorschriften variiert zudem für sämtliche Teilnehmer in jeweils unterschiedlicher Weise. So unterliegt der Produzent alkoholischer Produkte grundsätzlich einer weitaus intensiveren Regulierung, als dies etwa für blossе Distributoren behauptet werden kann, während der Konsument wiederum – wenn überhaupt – nur am Rande oder aus andersgelagerter perspektivischer Ausrichtung mit der staatlichen Alkoholregulierung in Berührung kommt. Das Verschaffen und Behalten einer Übersicht für regulatorisch interessierte Person erweist sich unter diesen Umständen als überaus schwierig und umständlich.

[4] Der vorliegende Beitrag soll einen vereinfachten Zugriff auf die Materie der alkoholischen Getränkeregulierung in der Schweiz ermöglichen und behandelt die derzeit nach schweizerischem Recht massgeblichen Vorschriften aus der Perspektive unterschiedlicher Marktteilnehmer bzw. Partizipanten. Der Fokus liegt dabei insbesondere auf der Produkteimplementierung sowie dem

¹ S. dazu das Faktenblatt des Bundesamtes für Gesundheit BAG 2016, Alkoholkonsum in der Schweiz im Jahr 2016, S. 1 ff.

² Vgl. BSF Statistik – Alkohol, <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/gesundheits/determinanten/alkohol.html> (zuletzt besucht am 15. September 2020).

³ Vgl. Kompetenzzentrum Sucht Schweiz, Zahlen und Fakten, <https://zahlen-fakten.suchtschweiz.ch/de/alkohol/kennzahlen/konsum.html> (zuletzt besucht am 15. September 2020).

⁴ Vgl. Kompetenzzentrum Sucht Schweiz, Präventionskonzepte, https://www.suchtschweiz.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/Konzepte-Suchtpraevention.pdf (zuletzt besucht am 15. September 2020).

Produktevertrieb und soll Produzenten und Anbietern alkoholischer Erzeugnisse sowie den involvierten Rechtsberatern als zweckdienliches Instrument zur Verfügung stehen.

2. Rechtliche Grundlagen

2.1. Bundesverfassung und massgebliche Erlasse in der Übersicht

[5] Wie wichtig dem Gesetzgeber die Regulierung von Alkoholerzeugnissen ist, ergibt sich bereits aus der Lektüre der Schweizerischen Bundesverfassung (nachfolgend BV)⁵. Gemäss Art. 105 BV ist die Gesetzgebung über die Herstellung, Einfuhr, Reinigung und den Verkauf «gebrannter Wasser» Sache des Bundes. Er trägt dabei insbesondere den schädlichen Wirkungen des Alkoholkonsums Rechnung (Art. 105 BV).⁶

[6] Mit dieser expliziten Verankerung innerhalb der Bundesverfassung erhält der Bund für das individualisierbare (jedoch vielseitig einsetzbare) Produkt «Alkohol» (i.S.v. gebrannten Wassern) einen eigenständigen Regulierungsauftrag, dies etwa im Gegensatz zu den übrigen Lebensmitteln, für welche der Bund basierend auf Art. 118 BV einen vergleichbaren, allerdings allgemein gehaltenen Gesetzgebungsauftrag für den Gesundheitsschutz zugunsten der Bevölkerung erhalten hat.⁷ Gemäss Art. 118 Abs. 2 lit. a BV erlässt der Bund demnach etwa Vorschriften über den Umgang mit Lebensmitteln sowie Heilmitteln, Betäubungsmitteln usw., welche bei der Anwendung am Konsumenten ein gewisses Potential für Gesundheitsgefährdungen aufweisen können.⁸

[7] Aus der Statuierung von Art. 105 i.V.m. Art. 118 BV sind in der Folge die für Alkoholprodukte massgeblichen und anwendbaren Erlasse entstanden, welche insbesondere zu sehen sind im Bundesgesetz über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände (nachfolgend LMG) sowie dem eigens für die Regulierung von Alkohol kreierten Bundesgesetz über die gebrannten Wasser (nachfolgend AlkG).⁹ Allein gestützt auf diese beiden Bundesgesetze sind zahlreiche Verordnungen entstanden, die jeweils besondere Aspekte zur individuellen Produkteregulierung behandeln, so etwa – insbesondere im vorliegenden Kontext relevant – die Lebensmittelverordnung (nachfolgend LGV)¹⁰, Alkoholverordnung (nachfolgend AlkV)¹¹, die Getränkeverordnung des Eidgenössischen Departements des Innern¹² oder die Lebensmittelinformationsverordnung (nachfolgend LIV)¹³. Mit besonderem Bezug zu Alkohol und damit zusammenhängender Werbung finden sich

⁵ Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 (SR 101).

⁶ Eingehend MARC D. VEIT/JENS LEHNE/THOMAS POLEDNA, in: Bernhard Ehrenzeller/ Benjamin Schindler/Rainer J. Schweizer/Klaus A. Vallender (Hrsg.), Die schweizerische Bundesverfassung, St. Galler Kommentar, 3. Aufl., Zürich/St. Gallen 2014, zu Art. 105 N 1 ff.

⁷ BV SGK-POLEDNA, zu Art. 118 N 1 ff. (FN 6).

⁸ BV SGK-POLEDNA, zu Art. 118 N 8 ff. (FN 6).

⁹ Bundesgesetz über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände (Lebensmittelgesetz, LMG) vom 20. Juni 2014 (SR 817.0); Bundesgesetz über die gebrannten Wasser (Alkoholgesetz, AlkG) vom 21. Juni 1932 (SR 680).

¹⁰ Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV) vom 16. Dezember 2016 (SR 817.02).

¹¹ Alkoholverordnung (AlkV) vom 15. September 2017 (SR 680.11).

¹² Verordnung des EDI über Getränke vom 16. Dezember 2016 (SR 817.022.12).

¹³ Verordnung des EDI betreffend die Information über Lebensmittel (LIV) vom 16. Dezember 2016 (SR 817.022.16).

sodann auch Vorschriften etwa im Radio- und Fernsehgesetz (nachfolgend RTVG)¹⁴ oder generell in dafür vorgesehenen kantonalen Erlassen.¹⁵

2.2. Lebensmittelrechtliche Verankerung (LMG)

[8] Basierend auf seiner Gesetzgebungskompetenz nach Art. 118 Abs. 2 lit. a BV hat der Gesetzgeber das Lebensmittelgesetz erlassen. Dieses Gesetz bezweckt die Wahrnehmung und Sicherstellung verschiedener auf die Gesundheit ausgerichteter Interessen («Umgang mit Lebensmitteln [...]»). Das LMG soll in diesem Sinne die Gesundheit der Konsumenten vor Lebensmitteln, die nicht sicher sind, schützen, den hygienischen Umgang mit Lebensmitteln sicherstellen, den Schutz der Konsumenten vor Täuschung wahrnehmen sowie die Informationsversorgung betreffend Lebensmittel gewährleisten (Art. 1 lit. a–d LMG).

[9] Der Geltungsbereich wird dabei nicht bloss auf die Produktion selbst beschränkt, sondern auch auf die *Behandlung, Lagerung, den Transport* und das *Inverkehrbringen* ausgedehnt. Ein weiterer Aspekt in diesem Zusammenhang ist die Ein-, Aus- und Durchfuhr solcher Erzeugnisse, ein Themenkomplex, welcher ebenfalls im Rahmen des LMG an mehreren Stellen Berücksichtigung findet (Art. 2 Abs. 1 LMG).

2.3. Alkoholgesetzgebung (AlkG)

[10] Gestützt auf die explizit in Art. 105 BV verankerte Gesetzgebungskompetenz (wie auch gemäss Art. 14 Abs. 3 lit. b LMG) hat der Gesetzgeber zusätzlich das Alkoholgesetz erlassen.

[11] Bei der Definition des Anwendungsbereichs zum Alkoholgesetz repetiert der Gesetzgeber dabei, was bereits im Rahmen des Lebensmittelgesetzes festgestellt wurde, nämlich, dass die Vorschriften zur Alkoholregulierung nebst der Herstellung selbst auch auf die Einfuhr, Ausfuhr und Durchfuhr sowie den Verkauf ausgerichtet sind (Art. 1 AlkG). Ergänzend hält Art. 1 AlkG fest, dass fiskalische Belastungen durch den Gebrauch alkoholischer Produkte im Alkoholgesetz adressiert werden sollen, dies als relevanter Zusatz gegenüber den allgemein geltenden lebensmittelrechtlichen Vorschriften gemäss der «klassischen» Lebensmittelgesetzgebung.

2.4. Massgebliches Verordnungsrecht (LGV, LIV, AlkV und Getränkeverordnung)

[12] Wie bereits eingangs angesprochen wurde, bestehen im Kontext der alkoholischen Getränke weitere Verordnungen, welche grundsätzlich je ihre ganz eigene Stossrichtung verfolgen und dafür eigenständige Anwendungsbereiche definieren. Alkoholische Getränke werden aufgrund ihrer besonderen Beschaffenheit durch zahlreiche Verordnungen komplementär erfasst und erfahren daher eine besonders intensive und breite Regulierung (dies nur bereits auf Bundesebene).

¹⁴ Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) vom 24. März 2006 (SR 784.40).

¹⁵ THOMAS GÄCHTER/BERNHARD RÜTSCHKE, Gesundheitsrecht, Ein Grundriss für Studium und Praxis, 4. Aufl., Basel 2018, N 700.

[13] Zum einen präzisiert die *Lebensmittelverordnung* hinsichtlich der Anpreisung und Bewerbung von Alkohol, was das Lebensmittelgesetz diesbezüglich einführend thematisiert (vgl. Art. 14 und 64 LMG). In Art. 12 LGV statuiert etwa die Lebensmittelverordnung das auch für Alkohol-erzeugnisse geltende *Täuschungsverbot*; darüber hinaus bestehen mit Art. 42 f. LGV Vorschriften für die Abgabe von und die zulässige Werbung für Alkohol.¹⁶

[14] Die *Getränkeverordnung* ihrerseits umschreibt besondere Lebensmittel (in flüssiger Form bzw. mit Trinkweck), legt deren Anforderungen an sie fest und regelt die damit zusammenhängende Kennzeichnung und Anpreisung (vgl. Art. 1 Abs. 1 der *Getränkeverordnung*). Explizit erwähnt werden dabei *alkoholische Getränke* (vgl. Art. 1 Abs. 1 lit. g der *Getränkeverordnung*).

[15] Die *Lebensmittelinformationsverordnung* wiederum legt die Grundsätze für und Anforderungen an die Informationen über Lebensmittel fest und regelt insbesondere deren Kennzeichnung zum Zeitpunkt der Abgabe an die Konsumentinnen und Konsumenten sowie die Werbung für diese (vgl. Art. 1 Abs. 1 LIV). Obwohl damit gewisse Überschneidungen mit der *Getränkeverordnung* nicht von der Hand zu weisen sind, bestehen die beiden Erlasse nebeneinander komplementär, weswegen bei der regulatorischen Prüfung alkoholischer Erzeugnisse beide Erlasse zu konsultieren sind.

[16] Schliesslich ist die *Alkoholverordnung* zu beachten, welche basierend auf dem bundesweiten Alkoholgesetz präzisierende Bestimmungen unter anderem für die Konzessions- und Bewilligungspflichten für Alkoholhandel statuiert (vgl. etwa Art. 3 ff. AlkV).

3. Alkohol als besonderes Lebensmittel

3.1. Definitionen für alkoholische Erzeugnisse und Getränke

3.1.1. Lebensmittelbegriff im Allgemeinen (LMG)

[17] Gemäss Art. 4 Abs. 1 LMG gelten als **Lebensmittel** alle Stoffe oder Erzeugnisse, die dazu bestimmt sind, oder für die sich vernünftigerweise vorhersehen lässt, dass sie in verarbeitetem, teilweise verarbeitetem oder unverarbeitetem Zustand von Menschen aufgenommen werden. Art. 4 Abs. 2 lit. a LMG präzisiert, dass der Lebensmittelbegriff auch Getränke einschliesslich Wasser für den menschlichen Konsum umfasst.¹⁷

[18] Damit ist gleichzeitig impliziert, dass auch Alkohol als Beigabe oder Bestandteil von Getränken in den Anwendungsbereich der Lebensmittelgesetzgebung fällt und die damit einhergehenden Vorschriften beachtet werden müssen, welche zudem in weiteren Verordnungen sowie Richtlinien präzisiert werden. Dass Alkohol dem Lebensmittelrecht unterliegt, ergeht zusätzlich bereits aus den wenigen Vorschriften des Lebensmittelgesetzes, welches Alkohol explizit thematisch aufgreift und dem eigenen regulatorischen Anwendungsbereich unterstellt (vgl. Art. 14 und 64 LMG).

¹⁶ Alkoholische Getränke: Abgabe- und Werbebeschränkung (9. Abschnitt der LGV).

¹⁷ «Als Lebensmittel gelten auch [...] Getränke einschliesslich Wasser für den menschlichen Konsum».

3.1.2. Alkoholbegriff gemäss Alkoholgesetzgebung (AlkG)

[19] Nebst der Erfassung alkoholischer Produkte im Rahmen des eigentlichen Lebensmittelrechts werden alkoholische Produkte explizit im Alkoholgesetz definiert (Art. 2 Abs. 1 AlkG). Der Geltungsbereich dieses Gesetzes erstreckt sich auf die Herstellung *gebrannter Wasser*,¹⁸ deren Reinigung, Einfuhr, Ausfuhr und Durchfuhr sowie auf deren Verkauf und die durch die betreffenden Produkte hervorgerufene fiskalische Belastung (Art. 1 AlkG).

[20] Das Alkoholgesetz statuiert seinen eigenen Vorrang gegenüber allgemein gehaltenen lebensmittelrechtlichen Bestimmungen (d.h. dem Lebensmittelgesetz inkl. zugehöriger Verordnungen), wobei gleichzeitig mittels Pauschalverweises die Anwendbarkeit des Lebensmittelrechts explizit aufrechterhalten wird. Mit anderen Worten geht im Falle regulatorischer Divergenzen zwischen dem Lebensmittelgesetz und dem Alkoholgesetz Letzteres vor, ohne dabei die Anwendbarkeit sämtlicher oder einzelner Vorschriften pauschal auszuschliessen (Art. 1 AlkG letzter Satz). Daraus wird der äusserst weitreichende Regulierungsrahmen für alkoholische Produkte ersichtlich. So muss für das Produkt «Alkohol» in seiner allgemeinen Form nicht bloss das Lebensmittelrecht im Allgemeinen eingehalten werden, vielmehr gilt es auch die zahlreichen Zusatzvorschriften (*leges speciales*) der Alkoholgesetzgebung zu beachten.

[21] Als Spezialerlass für alkoholische Erzeugnisse (d.h. jedoch nicht zwingend alkoholische Getränke)¹⁹ beinhaltet das Alkoholgesetz (inkl. zugehörigem Ordnungsrecht, d.h. vor allem die Alkoholverordnung) sodann eine eigene Begriffsbestimmung für sogenannte «gebrannte Wasser». Als *gebrannte Wasser* im Sinne des Alkoholgesetzes gilt der Äthylalkohol in jedweder Form sowie ohne Rücksicht auf die Art seiner Herstellung (Art. 2 Abs. 1 AlkG). Vom Anwendungsbereich der Alkoholgesetzgebung explizit *ausgenommen* sind hingegen diejenigen Erzeugnisse, welche *ausschliesslich durch Vergärung gewonnen* worden sind, allerdings nur solange, wie der alkoholische Grenzwert von 15 Volumenprozent nicht überschritten wird (Art. 2 Abs. 2 AlkG).²⁰

[22] **Äthylalkohol** bzw. Ethanol (IUPAC) bzw. Ethylalkohol, oder auch ganz allgemein «gewöhnlicher Alkohol», ist eine unter der chemischen Formel C_2H_6O bestehende Alkoholart (aliphatisch, einwertig).²¹ Gewöhnlicher Alkohol ist ein natürlich vorkommendes Produkt in (gereiften) Säften, welches durch alkoholische Gärung hervorgerufen wird. Deswegen beinhalten grundsätzlich zahlreiche Lebensmittel gewisse Mengen an solchem «gewöhnlichen Alkohol».

[23] Die Alkoholregulierung (gemäss AlkG und AlkV) beschränkt sich darauf, lediglich den «problematischen» Bereich des Ethanols zu definieren und weitergehend zu regulieren (so etwa im Kontext konzentrierter Mengen an Äthyl bei alkoholischen Getränken).²² Diese Limitierung ergibt sich aus dem verfassungsrechtlichen Gesetzgebungsauftrag, wonach der Bund insbesondere die «schädlichen Auswirkungen» von Alkohol zu adressieren hat; ähnliches ergibt sich aus Art. 118 BV, welcher die Gesetzgebung an potentielle Gesundheitsgefährdungen knüpft. Eine umfassende Regulierung ausserhalb dieses definierten Rahmens wäre daher unzulässig.

¹⁸ Zur Definition, s. innerhalb dieses Titels unterhalb. Vgl. auch Wortbedeutung.info, Gebrannte Wasser (Deutsch), https://www.wortbedeutung.info/Gebrannte_Wasser/ (zuletzt besucht am 15. September 2020).

¹⁹ S. dazu sogleich, unterhalb.

²⁰ Für «Naturwein» aus frischen Weintrauben gilt ein erhöhtes Volumenprozent von 18.

²¹ Vgl. THOMAS SEILNACH, Ethylalkohol, Ethanol CAS 64-17-5, https://www.seilnacht.com/Chemie/ch_ethol.htm (zuletzt besucht am 15. September 2020).

²² S. dazu insb. die Bestimmungen des AlkG, der AlkV sowie der Getränkeverordnung.

3.1.3. Alkoholbegriff gemäss Getränkeverordnung

[24] Da Alkohol in Getränkeform abgegeben werden kann, finden zusätzlich auch diejenigen Vorschriften Anwendung, die sich spezifisch auf *flüssige Stoffe zur menschlichen Aufnahme* beziehen, so etwa die bereits angesprochene Getränkeverordnung des EDI.

[25] In Bezug auf die Verwendung von **Alkohol in Getränkeform** hält Art. 61 Abs. 1 der Getränkeverordnung fest, dass als alkoholisches Getränk jedes Getränk mit einem vorhandenen Alkoholgehalt von über 0.5 Volumenprozent qualifiziert. Die Vorschriften der Getränkeverordnung beziehen sich daher – unter anderem – auf sämtliche alkoholischen Getränke sowie deren Entsprechungen (vgl. Art. 1 Abs. 1 lit. g Getränkeverordnung).

[26] Aus der Kombinationen dieser Begriffstrias (d.h. Lebensmittel, gebranntes Wasser, alkoholische Getränke) zeigt sich, dass Alkohol, abgeben für den Genuss in Form eines Getränks, die Anwendbarkeit zahlreicher Vorschriften unterschiedlicher Erlasse auslöst. Nicht nur gilt ein solches Produkt als Lebensmittel oder als gebranntes Wasser, es erfüllt darüber hinaus auch den besonderen Status eines Getränks, was die Regulierungsdichte zusätzlich erhöht und deren konstante Einhaltung für die betroffenen Marktteilnehmer gravierend erschwert.

[27] Definitorisch – in Kombination mit den übrigen Erlassen – handelt es sich bei einem **alkoholischen Getränk** um ein: (1.) «Lebensmittel», welches unter (2.) mindestens teilweiser Beigabe bzw. unter Gehalt von Äthylalkohol in (3.) flüssigem Zustand zum Genusszweck an die Konsumentinnen und Konsumenten abgegeben wird. Produkte *ohne* Alkoholgehalt oder Produkte mit Äthylalkohol, jedoch *ohne* Genusszweckausrichtung sowie Produkte in nicht-flüssigem Zustand qualifizieren daher grundsätzlich nicht als alkoholisches Getränk, weswegen die nachfolgenden Ausführungen nicht unbesehen auf solche Erzeugnisse angewendet werden können.

3.2. Rechtliche Konsequenzen der Komplementärregulierung

[28] Aufgrund der verschiedenen Anwendungsbereiche von Alkoholgesetz und Getränkeverordnung (sowie der übrigen Lebensmittelrechtsordnung), welche jeweils eigenständige Definitionen zu Erzeugnissen mit Alkoholgehalt aufweisen, können alkoholische Getränke wie folgt **kategorisch untergliedert** werden (was ihre regulatorische Unterstellung möglicherweise klarer konturiert):

- **Qualifizierte alkoholische Getränke** mit Charakter eines gebrannten Wassers (*hohe Regulierung*);²³
- **Alkoholische Getränke durch ausschliesslichen Vergärungsprozess**, sofern nicht 15 Volumenprozent überschreitend; bei Weintraubennaturwein 18 Volumenprozent (*mittlere Regulierung*);²⁴

²³ Diese Getränkeart wird vor allem durch das Alkoholgesetz sowie die Alkoholverordnung geregelt.

²⁴ Diese Getränkeart wird ausserhalb der Alkoholgesetzgebung gemäss AlkG und AlkV reguliert; damit finden vor allem die Bestimmungen des LMG, der LGV, der LIV sowie der Getränkeverordnung Anwendung.

- **Regulierte alkoholische Getränke** mit Grenzwertüberschreitung von 0.5 Volumenprozent (*mittlere Regulierung*);²⁵ und
- **«Unregulierte» alkoholische Getränke** mit unqualifiziertem alkoholischem Gehalt von bis zu 0.5 Volumenprozent (*leichte Regulierung*).²⁶

[29] Damit ist für die Konsultation der massgeblichen Vorschriften einerseits von grosser Bedeutung, wie das betreffende **alkoholische Produkt** hinsichtlich seiner Beschaffenheit einzustufen bzw. zu qualifizieren ist. Wie sich nachfolgend als zusätzliches Erschwernis zeigen wird, tritt zu dieser qualifikatorischen Einordnung des alkoholischen Erzeugnisses auch die relevante Frage hinzu, welche partizipatorische Eigenschaft der **Marktteilnehmer** selbst einnimmt. Gemeint ist damit, ob der Partizipant etwa als Hersteller, Distributor, Detailhändler oder Konsument am Markt auftritt. Je nach Beantwortung dieser beiden Fragen, d.h. (1) *die Qualifikation des alkoholischen Erzeugnisses* sowie (2) *die Stellung des Partizipanten*, können sich stark divergierende regulatorische Ausgangslagen bilden.

[30] Zum eigentlichen Begriff des Alkohols muss daher immer auch das rechtlich unterstellte Rechtssubjekt selber in das Kalkül einbezogen werden, widrigenfalls eine regulatorische Analyse nicht abschliessend möglich ist. Tritt sodann der Umstand hinzu, dass ein Partizipant in mehrfacher Stellung am Markt auftritt und gleichzeitig verschiedene qualifikatorische Alkoholprodukte bewirtschaftet, so steigert sich die regulatorische Komplexität nochmals zusätzlich.

3.3. Schutzbedürfnis und Überleitung

[31] Alkoholische Getränke generieren nachweislich eine gewisse Gefahr für Alkoholmissbrauch und somit Potential für Gesundheitsgefährdungen. Als Suchtmittel zeitigt Alkohol ernstzunehmende Konsequenzen und kann sich entsprechend negativ auf das Individuum, dessen Gesundheit sowie die Gesellschaft insgesamt auswirken. Um es in den etwas plastischen Worten des BAG auszudrücken: *«Jede fünfte Person aber trinkt zu viel oder zu oft. Und davon sind alle betroffen: Alkoholmissbrauch stört das Zusammensein und zerstört Freundschaften und Familien. Er schadet der Entwicklung von Jugendlichen. Er bringt Gefahren auf die Strasse, in die Betriebe und er führt zu Gewalt. Er schädigt die Gesundheit und verursacht erhebliche Kosten.»*²⁷

[32] Nachweislich kann die Substanz Alkohol, beigesetzt in Konsumgütern, zahlreiche mittelbare sowie unmittelbare Probleme verursachen, welche ihrerseits als Kostenfaktoren massiv auf eine Gesellschaft einwirken können. Dennoch pflegt der Staat ein sonderbares Verhältnis zur Substanz Alkohol.²⁸ Abweichend zu anderen Suchtmitteln, welche mehrheitlich umfassenden Verboten unterstellt sind, untersteht Alkohol – wie im Übrigen Tabak oder tabakverwandte Produk-

²⁵ Diese Getränkeart unterliegt lediglich der lebensmittelrechtlichen Gesetzgebung i.S. des LMG, der LGV, der LIV sowie der Getränkeverordnung (und selbstverständlich den übrigen einschlägigen Erlassen), allerdings nicht dem spezifischen Alkoholrecht.

²⁶ Diese Getränkeart gilt nicht als reguliertes alkoholisches Getränk i.e.S. und folgt daher der allgemeinen Lebensmittelgesetzgebung ausserhalb der Vorschriften für alkoholische Getränke gemäss Getränkeverordnung. Unreguliert sind jedoch auch diese Produkte nicht, stellen sie doch – wie alle übrigen Produkte, Lebensmittel i.S. der Lebensmittelgesetzgebung dar. Lediglich bestehen für sie keine «besonderen» Vorschriften, die es zu beachten gäbe.

²⁷ BAG, Alkohol und Alkoholprävention, Mitteilung des BAG vom 18. Dezember 2019, <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/gesund-leben/sucht-und-gesundheit/alkohol.html> (zuletzt besucht am 15. September 2020).

²⁸ Vgl. GÄCHTER/RÜTSCHKE, N 693 (FN 15).

te – einer *liberaleren* Regulierung. Auf der einen Seite ist sich der Staat der möglichen Gefahren durchaus bewusst und möchte den Konsum entsprechend drosseln, auf der anderen Seite profitiert der Staat von fiskalischen Erträgen, generiert durch den Konsum von Alkohol (sowie auch Tabak).²⁹

[33] Das Recht nimmt sich diesen unterschiedlich gelagerten Situationen sowohl präventiv, repressiv sowie – sofern möglich – reparatorisch an. Vorschriften finden sich folglich sowohl im administrativrechtlichen als auch strafrechtlichen Kontext. Dadurch soll der Vertrieb alkoholischer Getränke angemessen erschwert werden, ohne diese Produkte gleichzeitig in die Illegalität zu verbannen. Der erschwerte Vertrieb aufgrund regulatorischer Erschwernisse resultiert sodann im heute massgeblichen Normenkomplex, den es von den Partizipanten einzuhalten gilt. Auf die wichtigsten dieser Vorschriften soll im Nachfolgenden Bezug genommen werden.

4. Regulatorische Anforderungen im Allgemeinen

4.1. Relevanz der partizipativen Stellung innerhalb der Vertriebskette

[34] Ob und inwiefern ein Marktteilnehmer von der schweizerischen Alkoholregulierung erfasst ist, hängt nicht nur davon ab, wie das Alkoholprodukt selbst eingestuft werden muss. Die Regulierung hängt vielmehr massgeblich auch von den durch ihn vorgenommenen Handlungen im Umgang mit der Substanz Alkohol ab. Der auf alkoholische Produkte zugeschnittene Vorschriftenkatalog des Alkoholgesetzes unterscheidet wie folgt:

- die **Herstellung** gebrannter Wasser im Inland (vgl. Art. 3 ff. AlkG);
- die **physische Verschiebung** gebrannter Wasser im grenzüberschreitenden Rahmen mit schweizerischem Bezug, d.h. die Einfuhr, Ausfuhr sowie Durchfuhr (vgl. Art. 28 ff. AlkG); und
- der **Handel** mit gebrannten Wassern zu Trinkzwecken (vgl. Art. 39 ff. AlkG).

[35] Abhängig davon, in welchem Aktivitätszweig sich ein Partizipant betätigt, finden unterschiedliche Bestimmungen Anwendung, welche je eigenständige Anforderungen an den jeweiligen Rechtsträger stellen. Diese qualifikatorische Einordnung kann dazu führen, dass für die Herstellung alkoholischer Erzeugnisse etwa eine Konzession beim Bund eingeholt werden muss (vgl. Art. 3 ff. AlkG), für die Lagerung besondere Sicherheitsvorschriften zu beachten sind (vgl. beispielsweise Art. 4 Abs. 4 AlkG) sowie für den Vertrieb alkoholischer Erzeugnisse eine allfällige Bewilligung einzuholen ist (vgl. beispielsweise Art. 41a AlkG).

[36] Figuriert ein Partizipant in mehrfacher Stellung, so finden diese Vorschriften entsprechend kumulativ auf ihn Anwendung und es sind gleichzeitig mehrere eigenständige Rechtshandlungen und Compliance-Checks durchzuführen. Mit anderen Worten muss jede der in der Vertriebskette von Alkohol anzusiedelnden Handelsaktivitäten gesondert analysiert werden. Dies kann wiederum sowie gegebenenfalls darin münden, dass mehrere Bewilligungs- und/oder Konzessionsverfahren durchlaufen werden müssen, um überhaupt die beabsichtigte Vertriebskette kreieren zu können.

²⁹ GÄCHTER/RÜTSCHKE, N 693 ff. (FN 15).

[37] Nachfolgend werden die einzelnen Produktions- und Vertriebschritte in je eigenständigen thematischen Titeln erörtert. Dies vereinfacht die Darstellung der für den betreffenden Betriebszweig relevanten Vorschriften. Es sei an dieser Stelle angemerkt, dass nachfolgend primär die Anforderungen an den Unternehmensträger bzw. dessen Berechtigung zum Umfang mit alkoholischen Getränken thematisiert werden, während die ebenfalls relevanten Deklarations- und Werbevorschriften in daran anschliessenden eigenständigen Kapiteln abgebildet sind.

4.2. Produktion alkoholischer Getränke

4.2.1. Herstellung gebrannter Wasser

a. Konzessionierung und Kategorisierung

[38] Gemäss Art. 3 Abs. 1 AlkG steht das Recht zur Herstellung und zur Reinigung gebrannter Wasser ausschliesslich dem Bund zu. Die Ausübung dieses Rechts wird in der Regel genossenschaftlich umgesetzt und anderen privatwirtschaftlichen Unternehmungen durch *Brennereikonzessionen* übertragen (Art. 3 Abs. 2 AlkG). Damit monopolisiert der Staat die (schweizerische) Alkoholproduktion. Es versteht sich diesbezüglich von selbst, dass die Konzessionierung nur für Betriebe mit Anknüpfungspunkt innerhalb des Territoriums Schweiz Anwendung findet. Herstellungsstandorte ausserhalb der Schweiz unterliegen daher grundsätzlich keiner staatlichen Regulierung bzw. es sind die dafür vorgesehenen Bestimmungen betreffend Einfuhr und Durchfuhr einschlägig.

[39] Um unter das *staatliche Konzessionsmonopol* zu fallen, ist es *erforderlich*, dass (1) die Herstellung einerseits auf *gebrannte Wasser* ausgerichtet ist³⁰ und (2) diese *gewerbsmässig* verfolgt wird. Letzteres Kriterium ergibt sich aus Art. 3 Abs. 3 AlkG, wonach die nicht-gewerbsmässige Herstellung gebrannter Wasser zu Trinkzwecken aus Obst und Obstabfällen, Obstwein, Most, Trauben, Wein, Traubentrestern, Weinhefe, Enzianwurzeln, Beerenfrüchte und ähnlichen Stoffen gestattet ist (jedoch nur, sofern die betreffenden Stoffe inländisches Eigengewächs darstellen; s. dazu Art. 3 Abs. 4 AlkG). Allerdings muss auch im Falle der nicht-gewerbsmässigen Herstellung beachtet werden, dass der Herstellungsvorgang selbst nur in konzessionierten *Hausbrennereien* oder im *Brennauftrag* erfolgen darf (Art. 3 Abs. 3 AlkG).

[40] Die vom Bund für die Herstellung gebrannter Wasser vorgesehenen Konzessionen, sogenannte *Brennereikonzessionen*, werden in (1) **Gewerbekonzessionen** und (2) **Hausbrennereikonzessionen** unterteilt (vgl. Art. 4 ff. AlkG bzw. Art. 14 ff. AlkG).

b. Gewerbekonzession

[41] Die *Gewerbekonzessionen* ihrerseits können in zwei Oberklassen unterteilt werden. So erteilt der Bund etwa Konzessionen *mit* und solche *ohne Übernahmerecht* der Eidgenössischen Zollverwaltung (nachfolgend EZV). Gewerbekonzessionen werden auf höchstens **10 Jahre** erteilt, soweit deren Erteilung den wirtschaftlichen Bedürfnissen des Landes entspricht (Art. 5 Abs. 1 AlkG).

³⁰ Zur Erinnerung: Der Begriff des gebrannten Wassers ist stark limitiert und umfasst grundsätzlich nur diejenigen Produkte mit Äthylalkohol sowie alkoholische Produkte, die ausschliesslich durch Gärung entstanden sind und den massgeblichen Grenzwert von 15 bzw. 18 Volumenprozent überschreiten (vgl. Art. 1 Abs. 1 und 2 AlkG).

[42] Für welche Formen der Alkoholherstellung eine Konzession *mit EZV-Übernahmerecht* bestehen kann (sog. *Gewerbebrennereien*), wird in Art. 4 Abs. 2 AlkG abschliessend aufgelistet, während Selbiges für Konzessionen ohne Übernahmerecht der EZV in Art. 4 Abs. 3 AlkG geregelt ist. Entscheidend ist daher in diesem Zusammenhang, dass regulatorisch auf die jeweils konkrete Herstellungshandlung unter Einbezug der dafür massgeblichen Stoffe abgestellt wird (s. den Katalog in Art. 4 Abs. 2 und 3 AlkG).

[43] Es ist dabei möglich, dass ein konzessionierter Brennereibetrieb über mehrere verschiedene sowie nebeneinanderstehende Konzessionen verfügt und somit bei der Herstellung gebrannter Wasser mehrere unterschiedliche Stoffe verarbeiten darf (Art. 4 Abs. 4 AlkG). Aus der Unterscheidung «mit oder ohne Übernahmerecht» erfolgt sodann die Zuordnung in (1) *Gewerbebrennereien*, (2) *Lohnbrennereien* und (3) *landwirtschaftliche Brennereien* (Art. 3 Abs. 1 AlkV). Alle drei Konzessionsformen qualifizieren jeweils als Unterart der Gewerbekonzession und werden an separaten Stellen im Alkoholgesetz (zusätzlich) geregelt.

c. Hausbrennereikonzession und Brennauftrag

[44] Nebst der Gewerbekonzession (inkl. ihrer Unterformen) besteht die sogenannte **Hausbrennereikonzession** (Art. 14 ff. AlkG). Wie bereits kurz erörtert wurde, figuriert die Hausbrennerei im limitiert regulierten Rahmen der *nicht-gewerbsmässigen Herstellung* gebrannter Wasser i.S.v. Art. 3 Abs. 3 AlkG. Die nicht-gewerbsmässige Herstellung ist zwar durchaus zulässig, diese darf jedoch nur in dafür vorgesehenen Hausbrennereien erfolgen, welche ihrerseits ebenfalls konzessioniert sind.

[45] Unter anderem werden die Voraussetzungen zur Konzessionserteilung in Art. 4 AlkV geregelt; demnach müssen die Brennereien neben der fachlichen und persönlichen Eignung die Handlungsfähigkeit der für die Geschäftsführung verantwortlichen Person bzw. des Geschäftsinhabers oder der Geschäftsinhaberin nachweisen. Nicht erforderlich ist bei der Hausbrennereikonzession das Kriterium der wirtschaftlichen Bedarfsnotwendigkeit (wie dies für die Konzession einer Gewerbebrennerei nachgewiesen werden muss; vgl. Art. 5 Abs. 1 AlkG).

[46] Die nicht-gewerbsmässige Herstellung gebrannter Wasser kann daneben auch im **Brennauftrag** erfolgen. Wer Kernobstbrand oder Spezialitätenbrand herstellen lassen will, kann einer sogenannten Lohnbrennerei einen Brennauftrag erteilen (Art. 19 Abs. 1 AlkG).

4.2.2. Herstellung sonstiger alkoholischer Getränke

[47] Die Herstellung alkoholischer Getränke, die qualifikatorisch nicht in den Anwendungsbereich des Alkoholgesetzes fallen, d.h. *nicht als gebrannte Wasser* i.S.v. Art. 2 Abs. 1 AlkG qualifizieren oder die, sofern ausschliesslich durch Vergärung gewonnen, *nicht den relevanten Grenzwert* von 15 Volumenprozent (bei Naturwein aus frischen Weintrauben 18 Volumenprozent) überschreiten, fallen entsprechend nicht in das staatliche Herstellungsmonopol und können prinzipiell frei hergestellt werden (vgl. Art. 2 i.V.m. Art. 3 AlkG).

[48] (Kantonale) *Bewilligungspflichten* bleiben diesbezüglich vorbehalten und treten – wie sich noch zeigen wird – insbesondere beim gewerbsmässigen Verkauf durchaus in Erscheinung und sind daher zusätzlich, jedoch in einem späteren Vertriebsstadium, zu berücksichtigen.

4.3. Vertrieb alkoholischer Getränke im Gross- und Zwischenhandel

4.3.1. Einfuhr, Ausfuhr und Durchfuhr gebrannter Wasser (Steuerlager)

[49] Unter den Handlungstatbeständen der *Ein-, Aus- und Durchfuhr* wird die Bewegung bzw. Verschiebung alkoholischer Erzeugnisse (die gebrannte Wasser betreffen) verstanden, ohne dabei bereits spezifisch auf den Verkauf dieser Produkte abzustellen. Selbstverständlich werden solche Produkte primär deshalb verschoben, weil dadurch in aller Regel (gewerbsmässig) ein Konsument am Ende der Vertriebskette erreicht werden soll. Allerdings bestehen für die Abgabe an Konsumenten eigenständige Vorschriften, die über den Begriff des Verkaufs bzw. der Abgabe hinausgehen.

[50] Die *Ein-, Aus- und Durchfuhr* bezieht sich im Kern auf Distributoren, welche sich der Verschiebung alkoholischer Erzeugnisse annehmen. Gemäss Art. 28 ff. *AlkG* werden Bewegungshandlungen für *gebrannte Wasser*, vorgenommen durch entsprechend als Distributoren qualifizierende Rechtssubjekte, eigenständig reguliert und besteuert. Gemäss Art. 28 *AlkG* ist auf gebrannte Wasser bei deren Einfuhr in die Schweiz eine Steuer zu entrichten. Ausgenommen von dieser Steuer sind alkoholische Erzeugnisse, die *nicht zu Trink- und Genusszwecken* dienen (Art. 31 Abs. 1 *AlkG*). Alkoholische Getränke unterliegen demnach grundsätzlich der Einfuhrbesteuerung gemäss Alkoholgesetzgebung.

[51] Im Rahmen dieser Steuerpflicht können *Vertreiber alkoholischer Getränke* auf das Institut des sogenannten **Steuerlagers** zurückgreifen. Gemäss Art. 34 Abs. 2 *AlkG* kann der Bundesrat vorsehen, dass Betriebe, welche die erforderlichen Sicherheiten bieten, gebrannte Wasser in einem Steuerlager unter Steueraussetzung herstellen, befördern, bewirtschaften und lagern dürfen. Er regelt dabei die Voraussetzungen, unter denen ein Steuerlager bewilligt werden kann und zu betreiben ist (Art. 34 Abs. 3 *AlkG*).³¹ Von dieser Kompetenz hat der Bundesrat entsprechend Gebrauch gemacht (vgl. Art. 25 ff. *AlkV*).

[52] Ein **Steuerlager** ermöglicht es dem Betreiber, Handel mit gebrannten Wassern ohne unnötige Kapitalbindung zu betreiben. Folglich können in Steuerlagern gebrannte Wasser *steuerfrei* aufbewahrt werden; die Steuer für gebrannte Wasser wird dabei erst beim Verlassen solcher Steuerlager ausgelöst und ist entsprechend zu einem späteren Zeitpunkt (beim effektiven Absatz) geschuldet.³²

[53] Die **Bewilligung für ein Steuerlager** ist von der steuerpflichtigen Person mittels Gesuchs bei der EZV einzureichen (Art. 26 Abs. 1 *AlkV*). In aller Regel wird das Gesuch bewilligt, wenn die folgenden Voraussetzungen *kumulativ* erfüllt sind:

- jährlich werden mindestens 200 Liter reinen Alkohols bewirtschaftet;
- die erforderlichen Sicherheiten wurden geleistet;
- die Räume und Behälter entsprechen den Anforderungen der EZV; und
- ein ordnungsgemässer Ablauf des rechtlich definierten Verfahrens und die Steuersicherheit sind gewährleistet.³³

³¹ S. dazu die Informationen der EZV, **Steuerlager**, <https://www.ezv.admin.ch/ezv/de/home/themen/alcohol/inlandproduktion/gewerbeproduktion/steuerlager.html> (zuletzt besucht am 15. September 2020).

³² *Id.*

³³ *Id.*

[54] Die Bestimmungen zur *Aus- und Durchfuhr* gebrannter Wasser werden in einem einzigen Artikel gemäss Art. 36 AlkG abgehandelt. Dabei ist auf die Ausfuhr von Erzeugnissen eine sogenannte Rückvergütung zu leisten, wenn zu deren Herstellung fiskalisch belastete gebrannte Wasser verwendet worden sind. Die Durchfuhr von Alkohol und alkoholhaltigen Erzeugnissen unterliegt hingegen keiner fiskalischen Belastung im Sinne des Alkoholgesetzes (Art. 36 Abs. 5 AlkG).

4.3.2. Vertrieb im Gross- und Zwischenhandel (Grosshandel)

[55] Von den Verschiebungshandlungen der Ein-, Durch- und Ausfuhr zu unterscheiden ist der konkrete *Verkauf*, also die *Abgabe alkoholischer Erzeugnisse* an weitere Marktteilnehmer, welche entweder in Form von Gross- und Zwischenhändlern, Detailhändlern oder aber in Form von Konsumenten bestehen können. Abhängig davon, an welchen dieser Partizipanten alkoholische Erzeugnisse abgegeben werden, sind unterschiedliche regulatorische Voraussetzungen zu beachten. Im Rahmen des vorliegenden Titels wird lediglich der sogenannte *Grosshandel* thematisiert, wobei zuerst die terminologische Unterscheidung nachfolgend erörtert werden muss.

[56] Als *Handel* mit gebrannten Wassern zu Trinkzwecken wird jede Handlung angesehen, die auf den Verkauf, die Vermittlung oder auf eine sonstige Abgabe solcher Produkte *gegen Entgelt* ausgerichtet ist (Art. 39 Abs. 1 AlkG). Als Handel qualifiziert auch die *unentgeltliche Abgabe gebrannter Wasser zu Werbezwecken*, wobei Geschenke, die an einen bestimmten Personenkreis abgegeben werden, vom Handelsbegriff ausgenommen sind (Art. 39 Abs. 2 AlkG).

[57] Der allgemeine Begriff des Handels mit gebrannten Wassern wird in der Folge unterteilt in den sogenannten *Grosshandel* sowie den *Kleinhandel*. Als *Grosshandel* gilt lediglich die Abgabe an Wiederverkäufer und an solche Unternehmen, die gebrannte Wasser in ihrem Betrieb verarbeiten (Art. 39 Abs. 3 AlkG). *Verarbeiten* bedeutet dabei, dass eine Abgabe an die Konsumentinnen und Konsumenten nicht ohne einen weiteren Zwischenschritt, nämlich die Verarbeitung, sinnvoll erfolgen kann.

[58] Jede andere Form des Handels, einschliesslich des Ausschankes, gilt hingegen als *Kleinhandel* (Art. 39 Abs. 4 AlkG). Damit figuriert Kleinhandel als Auffangbecken für sämtliche Handelsformen, die sich nicht auf den Grosshandelscharakter berufen können.

[59] Die *Qualifikation als Grosshandelstätigkeit* führt heute dazu, dass für die betreffende Handelsaktivität *keine Bewilligung* eingeholt werden muss. Mit anderen Worten erlaubt das heute geltende Recht (entgegen der früheren Rechtslage),³⁴ dass der Warenhandel zwischen Gross- und Zwischenhändlern sowie Retailern bewilligungsfrei vorgenommen werden kann. Eine Bewilligungspflicht besteht lediglich ab demjenigen Zeitpunkt, in welchem die Konsumentinnen und Konsumenten mit den fraglichen Waren in Kontakt treten können.

³⁴ Vgl. etwa die veralteten Informationen im Kanton Bern, Wirtschafts-, Energie- und Umweltdirektion, Handel mit Alkohol, https://www.vol.be.ch/vol/de/index/wirtschaft/alkohol_tabak/handel_alkohol.html (zuletzt besucht am 15. September 2020), wo noch von der nicht mehr existierenden eidgenössischen Alkoholverwaltung die Rede ist (heute der eidgenössischen Zollverwaltung zugeteilt).

4.4. Verkauf alkoholischer Getränke im Detailhandel und in der Gastronomie (Kleinhandel)

[60] Für den Kleinhandel innerhalb eines Kantons bedarf es einer *Bewilligung* der zuständigen kantonalen Behörde.³⁵ Werden mehrere Abgabestellen geführt, so ist für jede dieser Abgabestellen eine Kleinhandelsbewilligung einzuholen (Art. 41a Abs. 1 AlkG). Damit geht auch einher, dass Kleinhandelsbewilligungen in mehreren Kantonen eingeholt werden müssen, sofern mehrere solcher Abgabestellen über verschiedene Kantonsgebiete verteilt sind. Anzuknüpfen ist dabei immer am jeweiligen Standort der *Abgabestellen bzw. Vertriebsstellen*.

[61] **Keine Bewilligungspflicht** besteht hingegen, wenn etwa ein alkoholisches Erzeugnis von einer im einen Kanton niedergelassenen Abgabestelle in das Territorium eines anderen Kantons gelangt; die Bewilligungspflicht bleibt auch diesfalls lediglich beim Ursprungskanton bestehen. Dieser Umstand ist gerade im *Internethandel* durchaus von Bedeutung, da dort oftmals mehrere oder alle Kantonsgebiete mit nur einer einzigen Absatzplattform (der *Website*) anvisiert werden können; als Anknüpfungspunkt für eine einzuholende Bewilligung gelten auch dort nur diejenigen *physischen Standorte*, von welchen aus die alkoholischen Getränke an die Konsumentinnen und Konsumenten geliefert werden.

[62] Die oberhalb angesprochene Unterscheidung zwischen Gross- und Kleinhandel ist von grosser praktischer sowie rechtlicher Wichtigkeit. So bestimmt etwa Art. 41 AlkG für Kleinhandel ein situativ bestehendes Handelsverbot. **Verboten** ist demnach **grundsätzlich Kleinhandel** (Liste in Art. 41 Abs. 1 lit a–k AlkG):

- im Umherziehen;
- auf allgemein zugänglichen Strassen und Plätzen, soweit nicht das kantonale Patent den Umschwung von Betrieben des Gastgewerbes davon ausnimmt;
- durch Hausieren;
- durch Sammelbestellungen;
- durch unaufgefordertes Aufsuchen von Konsumenten zur Bestellaufnahme;
- durch allgemein zugängliche Automaten;
- zu Preisen, die keine Kostendeckung gewährleisten, ausgenommen behördlich angeordnete Verwertungen;
- unter Gewährung von Zugaben und anderen Vergünstigungen, die den Konsumenten anlocken sollen;
- durch Abgabe an Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren; oder
- durch unentgeltliche Abgabe zu Werbezwecken an einen unbestimmten Personenkreis, namentlich durch Verteilen von Warenmustern oder Durchführung von Degustationen.

[63] Von diesen Handelsverboten kann *ausnahmsweise* durch Einholen einer Bewilligung bei der zuständigen kantonalen Behörde abgewichen werden (s. Art. 41 Abs. 2 AlkG).

³⁵ Vgl. etwa die Informationen der Stadt Zürich, Klein- und Mittelverkaufspatent, https://www.stadt-zuerich.ch/pd/de/index/stadtpolizei_zuerich/bewilligungen_informationen/wirtschaft/alkoholverkauf_im_detailhandel.html (zuletzt besucht am 15. September 2020).

[64] Ein Gesuch für eine Kleinhandelsbewilligung muss in aller Regel bei der zuständigen kantonalen Stelle **mindestens 4–6 Wochen vor der Betriebsaufnahme** vollständig ausgefüllt samt Beilagen eingereicht werden. Die dazu notwendigen Angaben variieren je nach Kanton mindergewichtig und erfordern in aller Regel folgende Informationen:

- Angaben zur Gesuchstellerin;
- Angaben zum Betrieb;
- Angaben zu den Patentbefugnissen sowie der Betriebsart (z.B. Tankstellenshop, Kiosk, Handel mit gebrannten Wassern, alkoholhaltige Getränke, Verkauf an Ort und Stelle, etc.);
- geschätzte Verkaufsmenge pro Jahr;
- Zeitpunkt der Betriebsaufnahme;
- Beilagen (Handlungsfähigkeitszeugnis; Ausweiskopie; Mietverträge; Handelsregistrauszüge; bisherige Bewilligungen; etc.); und/oder
- Unterschrift der Gesuchstellerin bzw. der Vertretung.

[65] Fraglich ist, wie es sich in Bezug auf die **Zuständigkeiten** verhält, wenn etwa die den Alkoholverkauf führende Gesellschaft ihren Sitz im einen Kanton hat, die dafür notwendigen Vertriebsstellen jedoch an anderen Orten betrieben werden. Es muss wohl davon ausgegangen werden, dass die Betriebsbewilligungen – wie der Begriff suggeriert – primär für den *effektiven Betriebsstandort*, welcher für die Lagerung und den Vertrieb alkoholischer Erzeugnisse genutzt wird, eingeholt werden muss (d.h. in demjenigen Kantonsgebietes des Betriebsstandortes). Daher bedarf die Betreiberin (z.B. die juristische oder natürliche Person), welche lediglich als offizielle Betreiberin dieser Vertriebs- und Abgabestellen figuriert, nicht auch über eine Bewilligung desjenigen Standorts, an welchem sie ihren formellen Sitz/Wohnsitz registriert hat. Vielmehr ist ein *materieller* Begriff des Abgabeorts anzuwenden; die betreibende Person tritt dabei lediglich als bewilligungspflichtige Gesuchstellerin auf und hat sich daher an denjenigen Kanton zu wenden, in welchem sie den Betrieb aufzunehmen wünscht.³⁶ Empfehlenswert ist jedoch stets, diese betreffende Frage vorab mit den potentiell zuständigen Behörden bilateral abzuklären.

4.5. Internethandel im Besonderen

[66] Für einen **via Internet** vorgenommenen Alkoholvertrieb können die oberhalb erörterten regulatorischen Bestimmungen gegebenenfalls nicht unbesehen verwendet werden. So kann etwa ein in Deutschland ansässiger Anbieter im «Business to Consumer (B2C)»-Bereich möglicherweise (ohne Weiteres) Alkohol produzieren, lagern und an den Konsumenten in der Schweiz vertreiben, ohne dass er damit vom Anwendungsbereich der schweizerischen Alkoholgesetzgebung (umfassend) erfasst wäre.³⁷ Eine Produkteregulierung ist diesfalls erst dann möglich, wenn ein fragliches Alkoholprodukt in das schweizerische Territorium eingeführt wird (vgl. dazu die Einfuhrbestimmungen).

³⁶ Vgl. etwa die Formulargestaltung für ein Kleinhandelsgesuch im Kanton Zürich, [file:///P:/Downloads/Chrome/2020-07-01_Gesuch_Patent_Klein-Mittelverkaufsbetrieb%20\(3\).pdf](file:///P:/Downloads/Chrome/2020-07-01_Gesuch_Patent_Klein-Mittelverkaufsbetrieb%20(3).pdf) (zuletzt besucht am 15. September 2020).

³⁷ Selbstverständlich sind für einen solchen Anbieter die regulatorischen Vorschriften im Ausland zu berücksichtigen, die sich wiederum von der schweizerischen Rechtsordnung sowohl vor- oder nachteilig unterscheiden können.

[67] Die oberhalb gemachten Ausführungen finden auf Partizipanten entsprechend nur dann Anwendung, wenn für diese innerhalb der Schweiz ein **Anknüpfungspunkt** ausgemacht werden kann. Ein solcher Anknüpfungspunkt besteht etwa dann, wenn ein ausländischer Alkoholanbieter in der Schweiz ein Lager oder eine Vertriebsstelle betreibt oder betreiben lässt. Die schweizerische Rechtsordnung setzt diesfalls dort an der Vertriebskette an, wo sich innerhalb des schweizerischen Territoriums eine massgebliche (Erst-)Subsumtion unter das schweizerische Recht machen lässt.

[68] Durch den Internethandel kann somit gewissermassen ein **grösserer Absatzmarkt** mit gegebenenfalls niedrigeren regulatorischen Hürden erreicht werden, als dies im rein inländischen Kontext möglich wäre. Allerdings gilt es diesbezüglich zu ergänzen, dass dafür weniger das Absatzinstrument «Internet» verantwortlich ist, als vielmehr das rechtliche *Territorialitätsprinzip*, welches eine expansive, die Landesgrenze überschreitende, Rechtsanwendung grundsätzlich verhindert. So wäre es etwa einem inländischen Webseitenbetreiber und Alkoholanbieter ebenso wenig möglich, sich von allfälligen Konzessionen und Bewilligungen zu lösen, wie einem «gewöhnlichen» Anbieter. Massgeblich ist entsprechend auch im Internethandel jeweils die Anwendung eines *materiellen Anknüpfungspunktes* (Produktions- und Abgabestandort), welcher über das Bestehen oder Nichtbestehen von Konzessions- und Bewilligungspflichten entscheidet. Besonderes Augenmerk gilt es immerhin beim Internethandel auf diejenigen Bestimmungen zu legen, welche sich der Zulässigkeit von Kennzeichnung und Werbung alkoholischer Erzeugnisse widmen, da rechtswidrig angepriesene und/oder deklarierte Produkte beim Eintritt in den schweizerischen Markt auch ohne betrieblichen Anknüpfungspunkt in der Schweiz der hiesigen Rechtsordnung unterliegen.³⁸

4.6. Altersbeschränkungen beim Verkauf alkoholischer Getränke

[69] Der Detailhandel bzw. die Abgabe alkoholischer Getränke an Konsumentinnen und Konsumenten ist ganz generell an Jugendliche unter **16 Jahren** verboten (ohne Ausnahme; vgl. Art. 14 Abs. 1 LMG). Für gebrannte Wasser (Spirituosen) gilt zusätzlich ein Abgabeverbot von **18 Jahren** (vgl. Art. 41 Abs. 1 lit. i AlkG). Zu berücksichtigen ist darüber hinaus, dass die grundsätzlich bundesweit anwendbaren Altersvorschriften durch das kantonale Recht weiter verschärft werden dürfen. So ist etwa im Kanton Tessin auch die Abgabe gewöhnlicher alkoholischer Getränke (also nicht Spirituosen bzw. gebrannte Wasser) an unter 18-jährige Personen verboten.³⁹

[70] Die Einhaltung dieser Altersabgabebeschränkungen können durch die jeweiligen zuständigen Kontrollbehörden mittels Testkäufen («Mystery-Shopping») überprüft und fehlbare Handlungen sanktioniert werden. Im Jahr 2017 wurden etwa schweizweit über 7000 Testkäufe durchgeführt, wobei in knapp 30% aller Fälle die Altersvorschriften nicht eingehalten wurden.⁴⁰

³⁸ S. dazu unterhalb in je eigenständigen Kapiteln (Deklarationsvorschriften und Werbevorschriften im Besonderen).

³⁹ Vgl. RENATE HEER, Jugendschutz und Alkohol in der Schweiz, *abhängigkeiten* 3/05, S. 24.

⁴⁰ S. dazu Communiqué des Bundesrates vom 16. August 2018, Alkohol-Testkäufe, <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-71803.html> (zuletzt besucht am 15. September 2020).

5. Deklarationsvorschriften im Besonderen

[71] Der wohl wichtigste Grundsatz bei der Deklarierung von Lebensmitteln ist der den Konsumentinnen und Konsumenten dienende *Täuschungsschutz* (Art. 18 LMG).⁴¹ Die Deklarationsvorschriften sind im Zeitpunkt der Abgabe an Konsumentinnen und Konsumenten zu erfüllen und verlangen ein Zusammenwirken der Produktions- und Vertriebskette. Die Bestimmungen des Lebensmittelrechts finden grundsätzlich auf sämtliche alkoholische Getränke Anwendung. Eine kategorische Einteilung der alkoholischen Getränke anhand der obengenannten Gliederung ist somit für die Deklarationsbestimmungen nicht erforderlich.⁴²

[72] Ausschlaggebend ist, ob ein Lebensmittel *vorverpackt* oder *offen* in Verkehr gebracht wird. Werden die alkoholischen Getränke vorverpackt an Konsumentinnen und Konsumenten abgegeben, ist eine Reihe von erforderlichen Angaben anzubringen, wie beispielsweise die Sachbezeichnung und das Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum. Diese in Art. 3 LIV aufgeführten obligatorischen Angaben müssen an einer gut sichtbaren Stelle, lesbar sowie dauerhaft und direkt auf der Verpackung bzw. auf einem an der Verpackung befestigten Etikett angebracht werden (Art. 3 und 4 LIV). Für alkoholische Getränke grundsätzlich relevante Angaben werden hierunter aufgelistet:

- Sachbezeichnung;
- Verzeichnis der Zutaten;
- Zutaten, die Allergien oder andere unerwünschte Reaktionen auslösen können;
- mengenmässiger Hinweis auf Zutaten;
- Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum;
- besondere Anweisungen für das Aufbewahren oder das Verwenden;
- Name oder Firma sowie Adresse der Person, die das Lebensmittel herstellt, einführt, abpackt, umhüllt, abfüllt oder abgibt;
- Produktionsland von Lebensmitteln;
- Herkunft mengenmässig wichtiger Zutaten von Lebensmitteln;
- Alkoholgehalt (bei mehr als 1.2 Volumenprozent);
- Nährwertdeklaration;
- Hinweis bei Lebensmitteln, die gentechnisch veränderte Organismen (GVO) sind oder enthalten.

[73] Die Lebensmittelinformationsverordnung enthält darüber hinaus abweichende Bestimmungen für Getränke mit einem **Alkoholgehalt von mehr als 1.2 Volumenprozent**. Bei diesen alkoholischen Getränken wird weder ein Zutatenverzeichnis (Art. 9 Abs. 1 lit. f VIG) noch eine Nährwertetabelle⁴³ (Art. 21 Abs. 1 i.V.m. Ziff. 20 Anhang 9 LIV) gefordert.

⁴¹ CELINE WEBER, Die Kennzeichnung und Anpreisung von Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen, in: Daniel Donauer/Hugh Reeves/Celine Weber (Hrsg.), Lebensmittel- und Gebrauchsgegenstände, Zürich 2020, S. 127.

⁴² S. dazu 3.2.

⁴³ Unter den Voraussetzungen von Art. 22 Abs. 3 LIV kann eine Nährwertdeklaration auch bei alkoholischen Getränken von mehr als 1.2 Volumenprozent trotzdem vorausgesetzt werden. Erfolgt die Nährwertdeklaration bei

[74] Demgegenüber ist an der Stelle der übrigen **obligatorischen Angaben der Alkoholgehalt in % vol.** zu vermerken (Art. 3 Abs. 1 lit. l i.V.m. Art. 4 Abs. 5 lit. a i.V.m. Art. 18 Abs. 2 LIV). Die Angabe ist im selben Sichtfeld wie die Sachbezeichnung anzubringen (vgl. Anhang 1 Ziff. 2 LIV). Der tatsächliche Gehalt darf von der Angabe maximal um 0.5 Volumenprozent nach oben oder unten abweichen und richtet sich nach der Messmittelverordnung.⁴⁴ Des Weiteren ist, unabhängig davon, ob ein Verzeichnis der Zutaten erstellt wird, die Verwendung von Getreide, Molke, Schwefeldioxid und Sulfite (in Konzentrationen von mehr als 10 mg/l) sowie Hartschalenobst oder Nüssen bei der Herstellung von alkoholischen Getränken festzuhalten.

[75] Die **Angabe dieser Zutaten** dient insbesondere **Allergikern** und soll vor unerwünschten Reaktionen schützen. Ebenso der Gesundheit soll der obligatorische Vermerk *«enthält Süssholz – bei hohem Blutdruck sollte ein übermässiger Verzehr dieses Erzeugnisses vermieden werden»* dienen, welcher bei einer Konzentration ab 300 mg/l von Glycyrrhizinsäure oder dessen Ammoniumsalz (durch Zusatz der genannten Substanzen selbst oder durch Zusatz der Süssholzpflanze Glycyrrhiza glabra) zuzufügen ist.⁴⁵

[76] Schliesslich unzulässig ist die Angabe über die **Rezepturanpassung** (Art. 42a Abs. 3 LIV) bei Getränken mit einem Alkoholgehalt von 1.2 Volumenprozent.

[77] Unabhängig vom konkreten Alkoholgehalt ist die Angabe eines **Mindesthaltbarkeitsdatums** *nicht erforderlich* für Wein, Likörwein, Schaumwein, aromatisiertem Wein und ähnlichen Erzeugnissen aus anderen Früchten als Weintrauben sowie aus Weintrauben oder Traubenmost hergestellten alkoholischen Getränken; sowie für Getränke mit einem Alkoholgehalt ab 10 Volumenprozent (Ziff. 1.4 Anhang 8 LIV).

[78] **Bei offen in Verkehr gebrachten Lebensmitteln** müssen auf Verlangen die gleichen Angaben gemacht werden können wie bei vorverpackten Erzeugnissen (Art. 12 Abs. 5 LMG). Dies bedingt, dass beispielsweise das Personal in der Gastronomie auf die Informationen hinsichtlich des betroffenen alkoholischen Getränks Zugriff hat. Bei auf diese Weise in Verkehr gebrachten alkoholischen Getränken ist schriftlich darauf hinzuweisen, dass Angaben über Zutaten, die Allergien oder sonstige unerwünschte Reaktionen auslösen können, mündlich eingeholt werden können (Art. 5 Abs. 1 lit. d LIV).

[79] Wie bereits ausgeführt, wird abschliessend festgehalten, dass unabhängig davon, ob alkoholische Getränke offen oder vorverpackt angeboten werden, am Verkaufspunkt (*«Point-of-Sale»*) auf das Verkaufsverbot an Kinder und Jugendliche und das Mindestabgabalter gemäss Lebensmittel- und Alkoholgesetzgebung hinzuweisen ist (Art. 42 Abs. 2 LGV).⁴⁶

Getränken mit einem Alkoholgehalt von 1.2 Volumenprozent, so kann sie sich auf die Angabe des Energiewertes beschränken.

⁴⁴ WEBER, S. 134 (FN 44).

⁴⁵ Wird kein Zutatenverzeichnis vorgesehen, ist die Kennzeichnung in Verbindung mit der Bezeichnung des Getränks anzubringen.

⁴⁶ S. dazu 4.6.

6. Abgabe und Werbung im Besonderen

6.1. Abgabe

[80] Wie bereits erwähnt, ist die Abgabe von alkoholischen Getränken an Kinder und Jugendliche unter **16 Jahren** verboten. Am Verkaufspunkt ist zudem ein Hinweis anzubringen, dass die Abgabe an Kinder und Jugendliche verboten ist (Art. 42 Abs. 2 LGV).⁴⁷

[81] Den **Kantonen** ist es überlassen, zusätzliche Einschränkungen im Sinne des Jugendschutzes vorzusehen. Beispielsweise haben Gastwirtschaften in den Kantonen Aargau und Zürich eine Auswahl an alkoholfreien Getränken zu einem tieferen (oder maximal gleichen) Preis anzubieten als das günstigste alkoholhaltige Getränk (§ 5 Abs. 1 GGG; § 23 GGG).⁴⁸ Die Abgabe von gebrannten Wassern («*Spirituosen*») ist gemäss Alkoholgesetz an Kinder und Jugendliche unter **18 Jahren** verboten (41 Abs. 1 lit. i AlkG).

[82] Ein **totales Abgabeverbot** für alkoholische Getränke besteht an Tankstellen und Raststätten (Art. 6 Abs. 2 NSV und Art. 7 Abs. 4 NSV).⁴⁹

6.2. Werbung

6.2.1. Werberechtliche Grundsätze

[83] *Werbung* wird verstanden als Gesamtheit aller Massnahmen, welche darauf abzielen, den Adressaten zu einem bestimmten Denken, Verhalten oder Handeln zu veranlassen.⁵⁰ Sie ist für die wirtschaftliche Tätigkeit unabdingbar und bildet Teil der Wirtschafts- sowie der Meinungsfreiheit.⁵¹ Selbstverständlich gilt auch die *Werbefreiheit* nicht unbegrenzt und kann entsprechend eingeschränkt werden. Vorausgesetzt werden eine gesetzliche Grundlage sowie ein rechtfertigendes öffentliches oder privates Interesse. Die Einschränkung der Werbefreiheit muss darüber hinaus verhältnismässig sein (Art. 36 BV).

[84] Im **öffentlichen Interesse** liegen in erster Linie Massnahmen, die zur Verwirklichung der verfassungsmässigen Sozialziele dienen, wie namentlich die *öffentliche Gesundheit* oder der *Jugendschutz*.⁵² Die spezialgesetzlichen Werbebeschränkungen für alkoholische Getränke verfolgen genau diese Ziele, denn wie schon in der Bundesverfassung festgehalten, trägt der Bund den schädlichen Wirkungen des Alkoholkonsums Rechnung (Art. 105 BV).⁵³ Die relevanten einschränkenden Bestimmungen befinden sich neben den Vorschriften des Lebensmittel- und Alkoholrechts ebenfalls im Bundesgesetz über Radio und Fernsehen inklusive der dazugehörigen Verordnung.⁵⁴

⁴⁷ S. dazu 4.6 und 5.

⁴⁸ Gesetz über das Gastgewerbe und den Kleinhandel mit alkoholhaltigen Getränken (GGG) vom 25. November 1997 (SAR 970.110); Gastgewerbegesetz (GGG) vom 1. Dezember 1996 (LS 935.11).

⁴⁹ Nationalstrassenverordnung (NSV) vom 7. November 2007 (SR 725.111).

⁵⁰ LUCAS DAVID/MARK A. REUTTER, Schweizerisches Werberecht, 3. Aufl., Zürich 2015, N 39.

⁵¹ FELIX UHLMANN, in: Bernhard Waldmann/Eva Maria Belser/Astrid Epiney (Hrsg.), Bundesverfassung, Basler Kommentar, Basel 2015, zu Art. 27 N 7.

⁵² DAVID/REUTTER, N 45 (FN 50).

⁵³ S. dazu 2.1.

⁵⁴ Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) vom 24. März 2006 (SR 784.40) und Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) vom 9. März 2007 (SR 784.401).

[85] Bevor auf die besonderen Bestimmungen eingegangen wird, ist zu beachten, dass für die **Alkoholwerbung** ebenfalls die *allgemein geltenden Gesetzesbestimmungen* gelten. Zu erwähnen ist als wohl stärkste Schranke der Wirtschaftsfreiheit das Bundesgesetz gegen den **unlauteren Wettbewerb** (nachfolgend UWG).⁵⁵ Dieser Erlass statuiert das Gebot der Wahrheit und Klarheit. Damit allgemein unzulässig sind unrichtige und irreführende Angaben in der Werbung (Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG). Eine Angabe ist unrichtig, wenn sie nicht mit der Realität übereinstimmt. Sind Aussagen zwar nicht falsch, wecken sie beim Adressaten aber falsche Vorstellungen, so gelten sie als irreführend.⁵⁶

6.2.2. Beschränkung der Werbung für alkoholische Getränke

[86] Die *spezialgesetzlichen Beschränkungen* der Werbung in Bezug auf alkoholische Getränke finden sich namentlich im Lebensmittelgesetz und dessen Verordnungen. Die Lebensmittelverordnung nimmt das Täuschungsverbot für die Werbung im Zusammenhang mit Getränken mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1.2 Volumenprozent auf und verbietet Angaben, die sich in irgendeiner Weise auf die Gesundheit beziehen (Art. 12 Abs. 2 lit. h LGV i.V.m. Art. 34 Abs. 3 LIV). Dies erkannte das *Bundesgericht* schon früh und hat dem Verfasser eines Inserats im Jahr 1950 eine Busse dafür ausgestellt, dass er sein alkoholisches Getränk als den «richtigen Aperitif für deinen Magen» bewarb. Laut Gericht gehe der Durchschnittsadressat davon aus, dass der Aperitif die Gesundheit des Magens fördere. In diesem Zusammenhang seien **Heilanzeigen** verboten wie «stärkend», «kräftigend», «energiespendend» oder «für Ihre Gesundheit».⁵⁷

[87] Im Sinne des Jugendschutzes ist Alkoholwerbung verboten, die sich **speziell an Minderjährige** richtet (Art. 14 Abs. 2 LMG i.V.m. Art. 43 Abs. 1 LGV). Entsprechend ist das Bewerben von alkoholischen Getränken mit Personen zu unterlassen, die nicht volljährig *wirken*. Namentlich untersagt ist Reklame an Orten und Veranstaltungen, die hauptsächlich von Jugendlichen besucht werden. Weiter zu berücksichtigen ist, dass vorwiegend von Jugendlichen in Gebrauch genommene und an Jugendliche unentgeltlich abgegebene Gegenstände keine solche Werbung enthalten dürfen. Somit darf beispielsweise keine Werbung von Bier auf einem Spielzeugauto abgebildet sein. Darüber hinaus dürfen beispielsweise keine Fähnchen, Hüte oder T-Shirts mit Alkoholwerbung an Musikfestivals oder Sportveranstaltungen abgegeben werden. Ausdrücklich verboten ist Werbung bei Publikationen, die sich an Minderjährige richten. Darunter fallen jegliche Art von Bücher wie Schulbücher, Jugendzeitschriften oder Inserate (Art. 43 Abs. 1 LGV). Auch humoristische Aussagen in Kinderbüchern, die den Konsum von Alkohol befürworten oder diesen als etwas Positives darstellen, sind unzulässig.⁵⁸ Umgekehrt dürfen auch alkoholische Getränke nicht mit Angaben und Abbildungen versehen werden, die sich speziell an Minderjährige richten (Art. 43 Abs. 2 LGV). Darunter können wohl Farbkonzepte oder das Bewerben mit einer ansprechenden Comicfigur verstanden werden.

⁵⁵ Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) vom 19. Dezember 1986 (SR 241).

⁵⁶ MATHIS BERGER, in: Reto M. Hilty/Reto Arpagaus (Hrsg.), Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Basler Kommentar, Basel 2013, zu Art. 3 N UWG.

⁵⁷ BGE 76 IV 288 E. 4; ROLAND KNAAK/MICHAEL RITSCHER, Das Recht der Werbung in der Schweiz, Basel 1996, N 279.

⁵⁸ DAVID/REUTTER, N 990 (FN 50).

6.2.3. Beschränkung der Werbung in Radio- und Fernsehen

[88] Auch die Gesetzgebung zu Radio und Fernsehen beinhaltet in Bezug auf die Alkoholwerbung bestimmte Regelungen.

[89] Werbung für *gebrannte Wasser* ist **gänzlich verboten** (Art. 10 Abs. 1 lit. b RTVG und Art. 42b Abs. 3 lit. a AlkG).

[90] Für die *alkoholischen Getränke* bestehen demgegenüber lediglich **gewisse Einschränkungen**. Namentlich ist vor dem Hintergrund des Jugendschutzes die Werbung in Radio und TV nicht an Minderjährige zu richten. Diesbezüglich darf niemand mit dem Aussehen eines Minderjährigen in Zusammenhang mit dem Konsum von Alkohol gebracht werden. Es ist somit darauf zu achten, dass die Schauspielerinnen und Schauspieler in der Fernsehwerbung volljährig sind bzw. volljährig wirken (was weitergehend ist).⁵⁹

[91] Ferner darf Werbung für alkoholische Getränke vor, während und nach **Sendungen**, die sich an Kinder richten, nicht ausgestrahlt werden. Darunter sind insbesondere typische Kinder- und Jugendformate wie z.B. Zeichentrickfilme zu verstehen. Sportsendungen fallen unter den Begriff, wenn es sich z.B. um die Übertragung von Trendsportarten handelt, mit denen hauptsächlich ein sehr junges Publikum erreicht werden soll.⁶⁰

[92] Festgehalten in der Radio- und Fernsehverordnung ist weiter, dass in Programmen, die einem Werbeverbot für alkoholische Getränke unterliegen, Werbung für ein alkoholfreies Produkt keine **Werbewirkung** für alkoholhaltige Getränke erzeugen darf. Die Bestimmung hält weiter fest, dass sich namentlich Handlung, Aussagen zum Produkt und zum Hersteller, Gestaltungselemente, Hintergründe und Personen von jenen zu unterscheiden haben, welche in der werblichen Kommunikation für alkoholhaltige Getränke desselben Herstellers verwendet werden. Das beworbene alkoholfreie Produkt muss darüber hinaus im Handel erhältlich sein (Art. 16 Abs. 4 RTVV).

[93] Vor dem Hintergrund der schädigenden Wirkung durch den Alkoholkonsum ist das **Ermutigen zu übermässigem Konsum** unzulässig. In diesem Rahmen darf auch die Abstinenz nicht in einem negativen Licht erscheinen. Ebenso ist die Verbindung von alkoholischen Getränken mit körperlicher Leistung oder das Zusprechen von therapeutischer, beruhigender oder anregender Eigenschaft von Alkohol *unzulässig* (Art. 16 RTVV i.V.m. Art. 10 Abs. 1 lit. b RTVG).

6.2.4. Besondere Beschränkungen für gebrannte Wasser

[94] Noch strikter beschränkt das Alkoholgesetz *Werbung für gebrannte Wasser*.

[95] Das Gesetz auferlegt die Pflicht, für **Spirituosen** in Wort, Bild und Ton nur solche Elemente zu verwenden, die sich unmittelbar auf das Produkt und seine Eigenschaften, namentlich seine Herkunft beziehen (Art. 42b Abs. 1 AlkG).⁶¹ Erlaubt sind somit sachliche Abbildungen der Rohstoffe wie Früchte, Pflanzen und Kräuter, die für die Herstellung benötigt werden oder Erntebilder.⁶²

⁵⁹ *Id.*

⁶⁰ *Id.*

⁶¹ MARKUS R. FRICK, Werbung für Lebensmittel, in: Tomas Poledna/Oliver Arter/Monika Gattiker (Hrsg.), Lebensmittelrecht, Bern 2006, S. 252.

⁶² DAVID/REUTTER, N 993 (FN 50).

[96] Ebenfalls zulässig ist die **Präsentation von üblichen Zutaten** wie Eiswürfel, Gläser oder zur Dekoration benötigte Zitronenschnitze. Da kein Zusammenhang mit dem Produkt vorliegt, sind Darstellungen von Situationen, die den Alkoholkonsum als üblichen Bestandteil des sozialen Lebens hinstellen oder mit gebrannten Wassern ein besonderes Lebensgefühl hervorrufen möchten, verboten. Die Adressaten sollen nicht zu Vorstellungen verleitet werden, die gebrannten Wasser oder ihren Genuss mit erstrebten materiellen oder ideellen Gütern in Verbindung zu bringen.⁶³ Folglich in der Werbung unerlaubt sind namentlich gesellige Trinkrunden an Sandstränden oder auf Golfplätzen, wilde Partyszenen auf teuren Anwesen, das Anstossen auf das Bezwingen eines Berggipfels sowie jegliche andere Darstellung von Reichtum, Erfolg, Gesundheit, Sportlichkeit oder Jugendlichkeit.⁶⁴

[97] Da **ausländische gebrannte Wasser** nur in Originalflaschen in den Handel gebracht werden dürfen, kann sich die Pflicht zur sachlichen Werbung nicht auf das Etikett der ausländischen Flasche beziehen, da dies zu einem Einfuhrverbot führen würde. Ausländische Originaletiketten haben sich somit nicht an diese Bestimmung zu halten, was zu einer gewissen Ungleichbehandlung zwischen in- und ausländischen Produzenten führt.⁶⁵

[98] Nebst dem Werbeverbot von gebrannten Wassern in Radio und Fernsehen (Art. 42b Abs. 3 lit. a AlkG),⁶⁶ besteht ein **generelles Werbeverbot auf Packungen und Gebrauchsgegenständen**, die keine gebrannten Wasser enthalten oder damit nicht im Zusammenhang stehen (Art. 42b Abs. 3 lit. g AlkG). Beispielsweise zulässig sind Beschriftungen auf Gläsern oder auch Lieferfahrzeugen von gebrannten Wassern. Demgegenüber verboten ist Reklame auf Aschenbechern, Sonnenschirmen, Magneten oder Kugelschreibern. Weiter gibt es eine Vielzahl von Örtlichkeiten, wo Werbung verboten ist (Art. 42b Abs. 3 lit. b–f AlkG).

[99] Wie bereits mehrfach erwähnt, wird versucht, **Assoziationen** von sportlicher Tätigkeit und Alkohol zu verhindern,⁶⁷ weshalb Reklame von gebrannten Wassern auf Sportplätzen und Sportveranstaltungen verboten ist. Weiter wird in öffentlichen Verkehrsmitteln, öffentlichen Zwecken dienenden Gebäuden und ihren Arealen keine Werbung erlaubt. Entscheidend ist der sachdienliche Zweck und nicht die Eigentumsverhältnisse. Beispielsweise wird keine Werbung zugelassen an Zügen, Bahnhöfen, Parkhäusern oder Museen. Nicht verboten ist Werbung in öffentlichen Parks, da es sich hierbei nicht um ein öffentliches Gebäude handelt.⁶⁸

[100] Schliesslich sind **preisvergleichende Angaben** in der Werbung verboten (Art. 42b Abs. 2 AlkG). Konsumentinnen und Konsumenten haben ein Interesse, den Preis einer Ware zu kennen, jedoch werden in der Werbung meist die besonders günstigen Preise angezeigt. Der Gesetzgeber wollte mit dieser Norm verhindern, dass Kundinnen und Kunden zum Kauf angeregt werden. Um eine Umgehung der Norm zu verhindern, sind ebenfalls das Versprechen von Zugaben oder andere Vergünstigungen verboten.⁶⁹

⁶³ Botschaft vom 11. Dezember 1978, BBl 1979 I 53, 79.

⁶⁴ DAVID/REUTTER, N 993 (FN 50).

⁶⁵ *Id.*

⁶⁶ S. dazu Beschränkung der Werbung in Radio- und Fernsehen.

⁶⁷ S. dazu Beschränkung der Werbung für alkoholische Getränke und Besondere Beschränkungen für gebrannte Wasser.

⁶⁸ DAVID/REUTTER, N 994 f. (FN 50).

⁶⁹ Botschaft vom 11. Dezember 1978, BBl 1979 I 53, 79 f.

6.2.5. Besondere kantonale Beschränkungen

[101] Zusätzlich zu den Vorgaben des Lebensmittelrechts haben mehr als die Hälfte der Kantone eigene kantonale Werbeeinschränkungen für Alkohol erlassen.⁷⁰ So hat beispielsweise der Kanton Basel-Landschaft ein Verbot eingeführt für alkoholische Getränke in öffentlichen Filmvorführungen, die für Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren freigegeben sind (§ 3 Abs. 3 KaATG).⁷¹ Im Rahmen der Gesundheitsförderung ist die Plakatwerbung für alkoholische Getränke gänzlich verboten, sofern sie vom öffentlichen Grund her einsehbar ist (§ 49 GesG).⁷²

7. Sanktionierung und Vollzug

[102] Die Strafbestimmungen im Zusammenhang mit alkoholischen Getränken sind in einer Vielzahl von unterschiedlichen eidgenössischen und kantonalen Erlassen festgehalten. Vorliegend wird Augenmerk auf die Bestimmungen des Alkoholgesetzes sowie des Strafgesetzbuches gerichtet, welche für die jeweiligen Produktions- und Vertriebsketten von Relevanz sind.

7.1. Produktion gebrannter Wasser

[103] Wie bereits ausgeführt, untersteht das Recht zur Herstellung und zur Reinigung gebrannter Wasser dem Bund zu. Im Zusammenhang mit der Erteilung von Bewilligungen und Konzessionen hat der Gesetzgeber diverse **Straftatbestände** vorgesehen. Insbesondere wird die Gefährdung oder der Verstoß gegen diese Hoheitsrechte, indem die Produzentin beispielsweise gebrannte Wasser gewerbsmässig ohne die hierfür benötigte Konzession herstellt, mit Busse bis zum Fünffachen des Fiskalausfalls bestraft (Art. 52 Abs. 1 lit. a AlkG).

[104] Eine Produzentin verhält sich nicht nur widerrechtlich, wenn sie genannte Produkte ohne Konzession herstellt, sondern nach **Verwaltungsstrafrecht** ebenso, wenn die Konzession durch arglistige Irreführung oder durch Bestärkung eines Irrtums erteilt wurde (Art. 14 VstrR).⁷³ Gemäss Verwaltungsstrafrecht bemisst sich in diesem Fall die Strafe bis zu CHF 30'000. Busse oder bis zu einem Jahr Freiheitsstrafe. Der Freiheitsentzug kann insbesondere bei gewerbsmässigem Handeln für bis zu fünf Jahren ausgesprochen werden.

[105] Ebenso mit Busse bis zum Fünffachen der vorgesehenen Fiskalabgabe wird bestraft, wer eine durch die Herstellung gebrannter Wasser entstandene **Steuerforderung** vorsätzlich hinterzieht oder unrechtmässig eine Rückerstattung bzw. einen diesbezüglichen Steuererlass veranlasst (Art. 54 Abs. 1 AlkG). Strafbar und sich in der Höhe und Art der Strafe auswirkend sind neben der vorsätzlichen und fahrlässigen Tatbegehung auch das gewerbsmässige Handeln.

[106] Produzenten können sich des Weiteren der **Hehlerei** strafbar machen, wenn sie die gebrannten Wasser in Verkehr bringen. Vorausgesetzt wird laut Strafnorm, Wissen um die unbe-

⁷⁰ Vgl. Alkoholpolitik in den Kantonen, Die einzelnen Kantone im Detail <https://www.bag.admin.ch/-/bag/de/home/strategie-und-politik/politische-auftraege-und-aktionsplaene/politische-auftraege-zur-alkoholpraevention/alkoholpraevention-kantone.html> (zuletzt besucht am 15. September 2020).

⁷¹ Kantonales Alkohol- und Tabakgesetz (KaATG) vom 22. Juni 2006 (SGS 905).

⁷² Gesetz über das Gesundheitswesen im Kanton Zug (GesG) vom 30. Oktober 2008 (BGS 821.1).

⁷³ Bundesgesetz über das Verwaltungsstrafrecht (VstrR) vom 22. März 1974 (SR 313.0).

fugte Herstellung oder um die Hinterziehung der Fiskalabgabe hinsichtlich des Produktes. Die Strafbestimmung kann aufgrund der Formulierung neben Produzenten auch auf diejenigen Personen zutreffen, die gebrannte Wasser auf einer anderen Ebene der Vertriebskette vertreiben, sowie auf all diejenigen, die die Produkte erwerben, sich schenken lassen oder in Gewahr nehmen. Dabei genügt, wenn die Person annehmen muss, dass die Produkte unbefugterweise hergestellt bzw. die darauf geschuldete Fiskalabgabe hinterzogen wurde (Art. 56 AlkG).

[107] Abschliessend sei erwähnt, dass jeder, der Spirituosen oder Ethanol, welche von der EZV als Steuerpfand beschlagnahmt und in seinem Besitz belassen worden sind, vernichtet oder anderweitig darüber verfügt ohne vorherige Zustimmung der Behörde, mit einer Busse bei bis zu CHF 100'000 belastet wird. Bei Fahrlässigkeit kann eine Busse bis zu CHF 30'000 ausgesprochen werden (Art. 58a AlkG). Den Tatbestand der Steuerpfandunterschlagung kann ebenfalls von den Beteiligten der Vertriebskette erfüllt werden und wird nachfolgend nicht mehr genannt.

7.2. Vertrieb gebrannter Wasser im Gross- und Zwischenhandel

[108] Derjenige, der gegen die **Handelsbestimmungen** verstösst, wird mit Busse bis zu CHF 20'000 bestraft (Art. 57 Abs. 1 AlkG). Darunter fällt insbesondere, wenn den zuständigen Kontrollorganen der Zutritt zu den Geschäfts- und Lagerräumen oder die Einsicht in die Geschäftsbücher verweigert wird (Art. 42a AlkG). Fahrlässige Widerhandlungen können durch Verwarnungen verbunden mit Kostenauflagen geahndet werden.

[109] Werden gegen Vorschriften zur **Beschränkung von Werbung** verstossen,⁷⁴ so kann eine Busse in der Höhe von bis zu CHF 20'000 ausgesprochen werden. Verboten ist insbesondere das Bewerben von gebrannten Wassern durch Vergünstigungen wie Rabatte und spezielle Aktionen (Art. 42b Abs. 2 AlkG). Ein Verstoss gegen die Werbevorschriften wird mit einer Busse in der Höhe von bis zu CHF 40'000 geahndet.

7.3. Verkauf im Detailhandel und Gastronomie (Kleinhandel)

[110] Die für den **Gross- und Zwischenhandel** geltenden Bestimmungen sind ebenso für den **Kleinhandel** anwendbar. Zusätzlich sind die Bestimmungen der Verbote im Kleinhandel zu beachten (Art. 57 Abs. 3 lit. b AlkG i.V.m. Art. 41 AlkG). Untersagt sind demnach insbesondere der Verkauf durch Hausieren und Umherziehen sowie der Verkauf von gebrannten Wassern auf öffentlichen Plätzen oder zu nicht kostendeckenden Preisen. Wird gegen die Werbevorschriften verstossen, wird eine Busse von bis zu CHF 40'000 ausgesprochen (Art. 57 Abs. 3 AlkG).

[111] Gemäss Strafgesetzbuch wird derjenige, der einem Kind unter 16 Jahren alkoholische Getränke verabreicht oder zum Konsum zur Verfügung stellt, mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft. Als Täter kann jede Person in Frage kommen.⁷⁵ Weil die Altersvorschriften im Detailhandel in der Vergangenheit bei Testkäufen nur zum Teil eingehalten wurden,⁷⁶ wird die Strafnorm systematisch hier behandelt. Ebenso ist darauf hinzuweisen, dass die Straf-

⁷⁴ S. dazu 6.

⁷⁵ STEFAN MAEDER, in: Marcel Alexander Niggli/Hans Wiprächtiger (Hrsg.), Strafrecht, Basler Kommentar, 4. Aufl., Basel 2019, zu Art. 136 N 10.

⁷⁶ S. dazu 4.6.

norm nicht nur gebrannte Wasser erfasst, sondern sämtliche alkoholischen Getränke. Der Tatbestand der Gefährdung des Lebens und der Gesundheit ist erfüllt, sobald die Abgabe von Alkohol zu einer Gesundheitsgefährdung führt. Diese Voraussetzung gilt als erfüllt, wenn die Quantität des verabreichten bzw. zum Konsum zur Verfügung gestellten alkoholischen Getränks geeignet ist, gemäss Erfahrungsberichten eine Gesundheitsgefährdung zu verursachen. Dabei kann das Risiko einer bloss vorübergehenden gesundheitlichen Schädigung im Ausmass einer längeren Bewusstlosigkeit oder einer Alkoholvergiftung genügen. Eine tatsächliche Gefährdung muss folglich nicht bewiesen werden.⁷⁷

7.4. Verstoss gegen lebensmittelrechtliche Bestimmungen

[112] Das Lebensmittelgesetz sanktioniert vorsätzliche sowie fahrlässige Zuwiderhandlungen der lebensmittelrechtlichen Vorschriften mit Bussen bis zu CHF 40'000 bzw. CHF 20'000 (Art. 64 Abs. 1 und 4 LMG). Gewerbsmässiges Handeln oder solches mit Bereicherungsabsicht wird gebüsst mit bis zu CHF 80'000 (Art. 64 Abs. 2 LMG). Das Lebensmittelgesetz nimmt dabei konkret auf die im Beitrag genannten Bestimmungen über die obligatorischen Angaben und den Täuschungsschutz sowie die Abgabe und Werbung von alkoholischen Getränken Bezug (Art. 64 Abs. 1 lit. h und i LMG).

7.5. Vollzug

[113] Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass die vorgesehenen Abgaben mit der Festsetzung vollstreckbar werden (Art. 65 AlkG). Weiter hat die EZV die Möglichkeit, irrtümlicherweise nicht oder zu niedrig ausgestellte Abgaben innerhalb eines Jahres nach Entstehen der Abgabepflicht, nachzufordern (Art. 69 Abs. 2 AlkG). Hat der Abgabepflichtige irrtümlicherweise oder infolge Betreibung eine nicht geschuldete Abgabe entrichtet, kann er diese Abgabe innert Jahresfrist seit der Zahlung zurückgefordert werden, sofern die Schuldpflicht nicht durch rechtskräftigen Entscheid festgestellt worden ist (Art. 69 Abs. 1 AlkG).

[114] Im Zusammenhang mit Geldforderungen erlassene Verfügungen und Entscheide der Verwaltungsbehörden werden den vollstreckbaren gerichtlichen Urteilen gleichgestellt und können als definitiven Rechtsöffnungstitel im Schuldbetreibungsverfahren verwendet werden (Art. 67 AlkG).

[115] Es ist zu beachten, dass die EZV die Sicherstellung von Steuern und anderweitige Geldforderungen verlangen kann, sofern die Forderungen nicht durch ein ausreichendes Steuerpfand gesichert sind und die Zahlung als gefährdet erscheint, weil die Person mit der Zahlung in Verzug ist und weiter Anstalten trifft, entweder den schweizerischen Wohnsitz, Geschäftssitz bzw. die Betriebsstätte aufzugeben oder sich aus dem Handelsregister löschen zu lassen (Art. 67 AlkG).

[116] Verstösse gegen das Lebensmittelrecht werden von den kantonalen Behörden verfolgt und beurteilt (Art. 66 Abs. 1 LMG).

⁷⁷ StGB BSK-MAEDER, Art. 146 N 16 (FN 78).

8. Abschliessende Bemerkungen

[117] Wie sich aufgrund der obigen Ausführungen gezeigt hat, ist die Regulierung für alkoholische Produkte und insbesondere für alkoholische Getränke überaus komplex und vielschichtig. Die Produkteimplementierung erweist sich unter diesen Umständen für sämtliche Partizipanten innerhalb der Vertriebskette als herausfordernd und ergibt sich einerseits aus der vorgenommenen Markthandlung, welche ein Partizipant beim Produkteabsatz vornimmt sowie andererseits aus der konkreten rechtlichen Qualifikation des alkoholischen Produkts. Ohne eine umfassende rechtliche Expertise in diesem Bereich können dabei leichthin Fehler passieren, die gegebenenfalls gravierende rechtliche Sanktionen auszulösen vermögen.

[118] Es empfiehlt sich daher vor der Aufnahme jedweder Handlungen im Produktesegment der alkoholischen Getränke rechtzeitig auf entsprechende Rechtsberater zurückzugreifen und das anvisierte Projekt frühzeitig zu analysieren und entsprechend zu planen. Damit können nicht nur die Zulässigkeit sowie die massgeblichen Anforderungen an die jeweiligen Produkteigenschaften eruiert werden, es lassen sich darüber hinaus auch rechtzeitig sämtliche Bewilligung/Konzessionen einholen sowie die dafür notwendigen Vorbereitungshandlungen initiieren (oder gegebenenfalls Meldepflichten einhalten), die für die betreffende partizipative Stellung benötigt werden. Schliesslich lässt sich auch aus praktischer Sicht nur so ein verlässliches sowie umfassendes Marketing- und Absatzkonzept aufbauen, was im Sinne sämtlicher Partizipanten sein dürfte.

Dr. iur. DANIEL DONAUER, LL.M., ist Rechtsanwalt in Zürich mit Fokus Life Sciences & Healthcare sowie Intellectual Property und Litigation. Sein besonderer Schwerpunkt liegt in der Beratung für produkterrechtliche Anliegen betreffend Lebensmittel, Gebrauchsgegenstände, Heilmittel, Tabak und Alkohol sowie Werbe- und Tourismusdienstleistungen.

JEREMIAS AUTENRIED, MLaw, ist Substitut in Zürich.