

Liechtensteinisches Landesgesetzblatt

Jahrgang 2026

Nr. 212

ausgegeben am 1. Juli 2026

Gesetz

vom 8. Mai 2026

über die Abänderung des Tabakpräventionsgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich
Meine Zustimmung:¹

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 13. Dezember 2007 über den Nichtraucherchutz und die Werbung für Tabakerzeugnisse (Tabakpräventionsgesetz; TPG), LGBL 2008 Nr. 27, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Titel

Gesetz über den Nichtraucherchutz und die Werbung für Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (Tabakpräventionsgesetz; TPG)

Art. 1 Abs. 1 bis 2a

1) Dieses Gesetz dient dem Schutz der Bevölkerung vor den schädlichen Auswirkungen von Tabakprodukten und elektronischen Zigaretten, insbesondere vor den Gefahren des Passivrauchens, und legt zu diesem Zweck besondere Massnahmen fest.

¹ Bericht und Antrag der Regierung Nr. 7/2026

2) Es dient zudem der Umsetzung der Richtlinie 2003/33/EG zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen².

2a) Die gültige Fassung der in Abs. 2 genannten EWR-Rechtsvorschrift ergibt sich aus der Kundmachung der Beschlüsse des Gemeinsamen EWR-Ausschusses im Liechtensteinischen Landesgesetzblatt nach Art. 3 Bst. k des Kundmachungsgesetzes.

Art. 2 Abs. 1 Bst. e bis p und Abs. 2

1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeuten:

- e) "Tabakprodukt": ein Produkt, das aus Blatteilen der Pflanzen der Gattung *Nicotiana* (Tabak) besteht oder solche enthält und zum Rauchen, Inhalieren nach dem Erhitzen oder Schnupfen bestimmt ist, sowie ein Nikotinprodukt zum oralen Gebrauch und ein pflanzliches Rauchprodukt;
- f) "Tabakprodukt zum Rauchen": ein tabakhaltiges Produkt, das mittels eines Verbrennungsprozesses konsumiert wird, insbesondere Zigaretten, Zigarren, Tabak zum Selbstdrehen oder Wasserpfeifentabak;
- g) "Tabakprodukt zum Erhitzen": ein Gerät, mit dem die Emissionen eines mittels hinzugefügter Energie erhitzten, tabakhaltigen Produkts inhaliert werden können, sowie Nachfüllmaterial für dieses Gerät;
- h) "Nikotinprodukt zum oralen Gebrauch": ein nikotinhaltiges Produkt mit oder ohne Tabak, das beim Konsum mit der Mundschleimhaut in Kontakt kommt und das weder zum Rauchen noch zum Erhitzen bestimmt ist;
- i) "pflanzliches Rauchprodukt": ein Produkt ohne Tabak auf der Grundlage von Pflanzen, das mittels eines Verbrennungsprozesses konsumiert wird, insbesondere Kräuterzigaretten;
- k) "elektronische Zigarette": ein Gerät, das ohne Tabak verwendet wird und mit dem die Emissionen einer mittels hinzugefügter Energie erhitzten Flüssigkeit mit oder ohne Nikotin inhaliert werden können, sowie Nachfüllmaterial für dieses Gerät;
- l) "Rauchen": der Konsum von Produkten nach Bst. e bis g, i und k, sofern dabei Emissionen entstehen;

² 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 (ABl. L 152 vom 20.6.2003, S. 16)

- m) "Medienerzeugnis": ein in einem Massenherstellungsverfahren in körperliche Medienexemplare vervielfältigter Träger von geistigen Inhalten in Wort, Schrift, Ton oder Bild, der zur Verbreitung bestimmt ist. Zu den Medienerzeugnissen gehören auch die in Medienexemplaren vervielfältigten Mitteilungen der Medienagenturen. Im Übrigen gelten die Mitteilungen der Medienagenturen ohne Rücksicht auf die technische Form, in der sie geliefert werden, als Medien;
- n) "audiovisuelle kommerzielle Kommunikation": Bilder mit oder ohne Ton, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dienen; diese Bilder sind einer Sendung oder einem nutzer-generierten Video gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen unter anderem Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung;
- o) "Werbung": jede Art kommerzieller Kommunikation mit dem Ziel oder der direkten oder indirekten Wirkung, den Konsum oder Verkauf von Tabakprodukten oder elektronischen Zigaretten zu fördern;
- p) "Sponsoring": jede Art von öffentlichem oder privatem Beitrag zu einer Veranstaltung oder Aktivität oder jede Art von Unterstützung von Einzelpersonen mit dem Ziel oder der direkten oder indirekten Wirkung, den Konsum oder Verkauf von Tabakprodukten oder elektronischen Zigaretten zu fördern;

2) Unter den in diesem Gesetz verwendeten Personenbezeichnungen sind alle Personen unabhängig ihres Geschlechts zu verstehen, sofern sich die Personenbezeichnungen nicht ausdrücklich auf ein bestimmtes Geschlecht beziehen.

Art. 2a

Gleichartige Produkte

1) Unter gleichartigen Produkten sind Produkte zu verstehen, die bezüglich Inhalt oder Konsumweise mit einem Tabakprodukt oder einer elektronischen Zigarette vergleichbar sind.

2) Die Regierung kann mit Verordnung ein gleichartiges Produkt in eine der Kategorien nach Art. 2 Abs. 1 Bst. e bis k einteilen, auch wenn dieses Produkt nicht alle Elemente der entsprechenden Definition erfüllt.

3) Die Regierung kann das Nähere über gleichartige Produkte mit Verordnung regeln.

Art. 6 Abs. 1

1) Werbung in Medienerzeugnissen und audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Tabakprodukte und elektronische Zigaretten sind verboten.

Art. 7

Sponsoring

1) Das Sponsoring von Veranstaltungen und Aktivitäten durch Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Tabakprodukten oder elektronischen Zigaretten ist, ist verboten.

2) Die kostenlose Verteilung von Tabakprodukten oder elektronischen Zigaretten mit dem Ziel oder der direkten oder indirekten Wirkung, den Konsum oder Verkauf dieser Erzeugnisse zu fördern, ist verboten.

3) Sendungen in einem audiovisuellen Mediendienst (Art. 2 Abs. 1 Ziff. 4 MedienG) dürfen nicht von Unternehmen nach Abs. 1 gesponsert werden.

4) Produktplatzierung (Art. 2 Abs. 1 Ziff. 24a MedienG) zugunsten von Tabakprodukten oder elektronischen Zigaretten oder zugunsten von Unternehmen nach Abs. 1 ist verboten.

Art. 8 Sachüberschrift und Abs. 1 bis 3

Vollzugsbehörde, Massnahmen und Bewilligungserteilung

1) Der Vollzug dieses Gesetzes obliegt dem Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen.

2) Das Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen kann die zur Überwachung der Einhaltung dieses Gesetzes erforderlichen Massnahmen ergreifen und insbesondere:

- a) Kontrollen und Probenerhebungen durchführen;
- b) Werbung oder Sponsoring für Tabakprodukte oder elektronische Zigaretten verbieten;
- c) Werbemittel, Tabakprodukte und elektronische Zigaretten beschlagnehmen;
- d) sonstige Massnahmen zur Herstellung des rechtmässigen Zustands anordnen.

3) Das Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen kann Dritte beiziehen, soweit dies zur Erfüllung seiner Aufgaben notwendig ist.

Art. 8b

Gebühren und Verwaltungskosten

1) Das Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen erhebt für Verfügungen und sonstige Amtshandlungen nach diesem Gesetz oder den dazu erlassenen Verordnungen Gebühren. Gebührenpflichtig sind insbesondere:

- a) Bewilligungen;
- b) Kontrollen, deren Ergebnis zu beanstanden ist;
- c) Nachkontrollen;
- d) besondere Dienstleistungen, die einen Aufwand verursacht haben, der über die übliche Amtstätigkeit hinausgeht.

2) Es kann Verwaltungskosten im Ausmass der tatsächlich anfallenden Kosten erheben, insbesondere für:

- a) beigezogene Dritte;
- b) Gutachten, Untersuchungen und Analysen;
- c) Barauslagen.

3) Die Regierung regelt das Nähere über die Gebühren und Verwaltungskosten mit Verordnung.

Art. 12

Verfahren

Auf das Verfahren finden die Bestimmungen des Gesetzes über die allgemeine Landesverwaltungspflege und des Verwaltungsstrafgesetzes Anwendung.

II.

Änderung von Bezeichnungen

In Art. 4 Abs. 1 Bst. I Ziff. 1 des Beschwerdekommmissionsgesetzes vom 25. Oktober 2000, LGBI. 2000 Nr. 248, ist die Bezeichnung "Gesetz über den Nichtraucherschutz und die Werbung für Tabakerzeugnisse (Tabakpräventionsgesetz; TPG)" durch die Bezeichnung "Gesetz über den Nichtraucherschutz und die Werbung für Tabakprodukte und elektronische Zigaretten (Tabakpräventionsgesetz; TPG)", in der grammatikalisch richtigen Form, zu ersetzen.

III.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am Tag nach der Kundmachung in Kraft.

In Stellvertretung des Landesfürsten:

gez. *Alois*

Erbprinz

gez. *Brigitte Haas*

Fürstliche Regierungschefin