

Udskriftsdato: 14. december 2025

2007/2 LSF 139 (Gældende)

**Forslag til lov om ændring af lov om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer, lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år og lov om forbud mod tobaksreklame m.v.
(Aromastoffer, aldersgrænser for salg af tobak og udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder)**

Ministerium: Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse

Journalnummer: Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse,
j.nr. 2008-1433-320

Forslag

til

lov om ændring af lov om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer, lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år og lov om forbud mod tobaksreklame m.v.¹⁾

(Aromastoffer, aldersgrænser for salg af tobak og udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder)

§ 1

I lov nr. 375 af 6. juni 2002 om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer foretages følgende ændringer:

1. § 15, stk. 2, ophæves.

Stk. 3-6 bliver herefter stk. 2-5.

2. I § 15, stk. 4, der bliver stk. 3, ændres »stk. 1 og 2« til: »stk. 1«.

3. I § 15, stk. 6, der bliver stk. 5, ændres »stk. 1-5« til: »stk. 1-4«.

§ 2

I lov nr. 213 af 31. marts 2004 om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år, som ændret ved § 28 i lov nr. 512 af 6. juni 2007, foretages følgende ændringer:

1. Lovens *titel* affattes således:

»Lov om forbud mod salg af tobak til personer under 18 år og salg af alkohol til personer under 16 år«

2. § 1, stk. 1, affattes således:

»Tobaksvarer må ikke sælges til personer under 18 år.«

3. § 3 affattes således:

»§ 3. Tobaksvarer må ikke indføres fra andre EU-lande af personer under 18 år.

Stk. 2. Alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 1,2 eller derover må ikke indføres fra andre EU-lande af personer under 16 år. Dette gælder dog ikke for øl.«

4. Efter § 6 indsættes:

»§ 7. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.«

§ 3

I lov nr. 492 af 7. juni 2001 om forbud mod tobaksreklame m.v. foretages følgende ændringer:

1. § 3, stk. 2, nr. 2, ophæves.

Nr. 3-7 bliver herefter nr. 2-6.

2. I § 3 indsættes som stk. 3 og 4:

»Stk. 3. Forbuddet gælder endvidere ikke en neutral anbringelse af tobaksvarer i forbindelse med betalingskasser, barer og lignende. Tobaksvarer må kun placeres

- 1) på hylder og i skabe bag ved eller under kassen, disken, baren eller lignende steder,
- 2) i bokse, der hænger over kassen, over baren eller lignende steder eller
- 3) i specielle automater, hvortil benyttes kort, der kun forefindes og betales ved kasserne.

Stk. 4. Hylderne, skabene og boksene må ikke få en størrelse eller udformning, som giver en reklameeffekt.«

3. I § 6 indsættes som 2. pkt.:

»Tilsynet føres efter markedsføringslovens regler.«

§ 4

Loven træder i kraft den 1. august 2008.

- ¹⁾ Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/37/EF af 5. juni 2001 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer, (EF-Tidende 2001 nr. L 194, side 26).

Bemærkninger til lovforslaget

1. Almindelige bemærkninger

Lovforslaget er et led i et af regeringens overordnede sundhedspolitiske mål, der har til hensigt at reducere antallet af rygere markant. Dette skal ske dels gennem rygestop, dels gennem begrænsning af antal nye rygere.

Bestemmelserne i tobaksvareloven, loven om en aldersgrænse i forbindelse med salg af tobak og tobaksreklameloven er alle i et vist omfang medvirkende til at hæmme formidlingen af salgsfremmende foranstaltninger, at vanskeliggøre tilgængeligheden af tobaksvarer og dermed også til at reducere antallet af rygere og at begrænse antallet af nye rygere.

Ændringsforslagene til de tre tobakslove strammer alle op i forhold til de gældende regler.

1.1. Ændring af lov om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer

Tobaksvareloven er en implementering af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/37/EF af 5. juni 2001 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer.

I forbindelse med en redegørelse fra Kammeradvokaten fra februar 2006 om mulighederne for nationalt at gennemføre et forbud mod tilsætningsstoffer, der øger nikotinens afhængighedsskabende effekt, pegede Kammeradvokaten i sin udtalelse bl.a. på, at ministeriet bør sikre sig, at direktivet implementeres fuldt ud, således at tobaksfabrikanterne skal angive de eksakte mængder af aromastoffer i deres cigaretter, bl.a. for ikke at blive mødt med en traktatbrudssag fra Kommissionens side.

På denne baggrund foreslås det, at tobaksvarelovens § 15, stk. 2, ophæves, således at bestemmelsen kommer i overensstemmelse med tobaksvaredirektivets artikel 6.

1.2. Ændring af loven om aldersgrænser ved salg af tobak og alkohol

Som et led i gennemførelsen af regeringsgrundlaget – Mulighedernes samfund – fra november 2007 foreslås det, at aldersgrænsen for salg af tobak forhøjes fra 16 år til 18 år.

1.3. Ændring af tobaksreklameloven

Den foreslåede ændring af tobaksreklameloven vedrører en af undtagelserne til det generelle reklameforbud i loven om udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder. Det foreslås, at det kommer til at fremgå direkte af loven, at undtagelsen kun gælder en neutral anbringelse af tobaksvarer, der er placeret i forbindelse med betalingskasser, diske, barer eller lignende, hvilket har været den oprindelige mening med den pågældende undtagelsesbestemmelse.

2. Lovforslagets økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige

Lovforslaget vil ikke have økonomiske og administrative konsekvenser for statslige myndigheder, kommuner eller regioner.

3. Lovforslagets økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet

Det skønnes, at lovforslaget kun vil have begrænsede økonomiske konsekvenser for erhvervslivet.

Salg af tobak til personer under 18 år udgør en meget lille del af det samlede salg af tobaksvarer i Danmark. På sigt må lovforslaget formodes at have den konsekvens, at der bliver færre rygere. En reduktion af antallet af rygere kan have økonomiske konsekvenser for tobaksindustrien.

Lovforslaget vil ikke have administrative konsekvenser for erhvervslivet.

4. Lovforslagets miljømæssige konsekvenser

Lovforslaget har ingen miljømæssige konsekvenser.

5. Administrative konsekvenser for borgerne

Lovforslaget indebærer, at de 16-18 årige ikke kan købe tobaksvarer.

6. Forholdet til EU-retten

Forslaget om ændring i tobaksvareloven er medtaget for at sikre overensstemmelse mellem den danske lov og tobaksvaredirektivet, jf. pkt. 1.1. ovenfor.

7. Hørte myndigheder, organisationer m.v.

Lovforslaget har i udkast været forelagt for:

Astma-Allergi Forbundet, BUPL, Børnerådet, Coop Danmark, Danmarks Lungeforening, Danmarks Lærerforening, Danmarks Restauranter og Cafeer (DRC), Dansk Arbejdsgiverforening, Dansk Erhverv, Dansk Industri, Dansk Supermarked, Dansk Ungdoms Fællesråd, Danske Regioner, Danske Skoleelever, De Samvirkende Købmænd, Det Nationale Råd for Folkesundhed, Diabetesforeningen, DSB, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Forebyggelses- og Patientrådet, Foreningen af Politimestre i Danmark, Handel, Transport og Service, Hjerteforeningen, HK-Handel, HORESTA – Hotel-, Restaurant & Turisterhvervet, KL, Konkurrencestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Leverandørforeningen for Tobaks- og Konfekturvarer, LO, Lægeforeningen, Nærbutikkernes Landsforening, Philip Morris, Skole & Samfund, Sundhedskartellet og Tobaksindustrien.

8. Sammenfattende skema

	Positive konsekvenser/mindreudgifter	Negative konsekvenser/merudgifter
Økonomiske konsekvenser for stat, kommuner og regioner	Ingen konsekvenser	Ingen konsekvenser

Administrative konsekvenser for stat, kommuner og regioner	Ingen konsekvenser	Ingen konsekvenser
Økonomiske konsekvenser for erhvervslivet	Ingen konsekvenser	Begrænsede konsekvenser
Administrative konsekvenser for erhvervslivet	Ingen konsekvenser	Ingen konsekvenser
Miljømæssige konsekvenser	Ingen konsekvenser	Ingen konsekvenser
Administrative konsekvenser for borgerne	Ingen konsekvenser	16-18 årige kan ikke købe tobaksvarer
Forholdet til EU-retten	Forslaget om ændring af tobaksvareloven er medtaget for at sikre overensstemmelse mellem loven og tobaksvaredirektivet	

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

I bestemmelsen foreslås en ophævelse af § 15, stk. 2, i tobaksvareloven.

Lovens § 15, stk. 1 og 2, lyder således:

»§ 15, stk. 1. Tobaksfabrikanter og –importører skal til ministeren for sundhed og forebyggelse indsende en liste over alle de tilsætningsstoffer og mængden heraf, som anvendes ved fremstillingen af deres tobaksvarer, opdelt på varemærke og type.

Stk. 2. På den i stk. 1 nævnte liste kan aromastoffer opføres som én samlet gruppe pr. varemærke. Tobaksfabrikanter eller -importører skal samtidig oplyse, hvilke aromabestanddele der indgår i deres tobaksvarer.«

Tobaksvareloven er en implementering af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/37/EF af 5. juni 2001 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer.

Det følger af direktivets artikel 6, 1., at medlemsstaterne skal anmode alle tobaksfabrikanter og -importører om at indgive en liste over alle de ingredienser - og mængden heraf - som anvendes ved fremstillingen af deres tobaksvarer, opdelt pr. handelsnavn og type.

Artikel 6 er implementeret ved tobaksvarelovens § 15.

I § 15, stk. 2, er det bestemt, at aromastoffer kan opføres som én samlet gruppe pr. varemærke. Tobaksfabrikanter eller -importører skal samtidig oplyse, hvilke aromabestanddele der indgår i deres tobaksvarer. Der stilles ikke krav om angivelse af mængden heraf.

I forbindelse med behandlingen af det oprindelige lovforslag – L 187, Folketinget 2001-02 (2. samling) - stillede Folketingets Sundhedsudvalg bl.a. spørgsmål 2 til den daværende indenrigs- og sundhedsminister med anmodning om ministerens kommentarer til en henvendelse af 24. april 2002 fra Philip Morris ApS. Af ministerens svar af 30. april 2002 fremgår det bl.a., at § 15, stk. 2, er en imødekommelse af Tobaksindustriens ønske med hensyn til tilsætningsstoffer. Begrundelsen for at give aromastoffer en særstilling var, at det er disse stoffer, der giver det enkelte tobaksmærke sin specielle smag. Tobaksfabrik-

anterne betragter derfor den nøjagtige sammensætning af aromastoffer eller -bestanddele i de enkelte cigaretmærker som meget fortrolige forretningshemmeligheder.

I forbindelse med en redegørelse fra Kammeradvokaten fra februar 2006 om mulighederne for nationalt at gennemføre et forbud mod tilsætningsstoffer, der øger nikotinens afhængighedsskabende effekt, pegede Kammeradvokaten i sin udtalelse bl.a. på, at ministeriet bør sikre sig, at direktivet implementeres fuldt ud, således at tobaksfabrikanterne skal angive de eksakte mængder af aromastoffer i deres cigaretter, bl.a. for ikke at blive mødt med en traktatbrudssag fra Kommissionens side.

På denne baggrund foreslås det, at tobaksvarelovens § 15, stk. 2, ophæves, således at bestemmelsen kommer i overensstemmelse med tobaksvaredirektivets artikel 6.

Til § 2

Det fremgår af regeringsgrundlaget fra november 2007, at aldersgrænsen for at kunne købe cigaretter skal forhøjes til 18 år.

Begrundelsen herfor er, at det er sundhedsskadeligt at ryge. Det gælder i høj grad også for unge. Regeringen ønsker derfor at forhøje aldersgrænsen for, hvornår unge må købe cigaretter, fra 16 år til 18 år. Dette svarer til de gældende regler i blandt andet Sverige, Norge og Finland.

Forslaget til § 1, stk. 1, indebærer, at det bliver forbudt at sælge tobak til personer under 18 år.

Forslaget til § 3, stk. 1, indebærer at det bliver forbudt for personer under 18 år at indføre tobaksvarer fra andre EU-lande.

Forslaget til en ny § 7 er medtaget, fordi det ved en forglemmelse ikke fremgår af den oprindelige lov, at den ikke gælder for Færøerne og Grønland. Det foreslås, at der rettes op på dette.

Til § 3

Der foreslås to ændringer af tobaksreklameloven.

Den første ændring af lovens § 3, stk. 2, nr. 2, indebærer, at det kommer til at fremgå direkte af lovteksten, at undtagelsen fra det generelle reklameforbud kun gælder en neutral anbringelse af tobaksvarer, således at disse kun kan anbringes i forbindelse med betalingskasser, diske, barer eller lignende steder, og således at hylderne, skabene og boksene ikke får en størrelse eller udformning, som giver en reklameeffekt.

I tobaksreklamelovens § 3 forbydes som udgangspunkt og som hovedregel alle former for reklame for tobaksvarer.

I lovens § 3, stk. 2, er dog fastsat forskellige undtagelser. I stk. 2, nr. 2, undtages: »Udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder«, medens stk. 2, nr. 3, undtager: »Prisskilte for tobaksvarer på tobaksudsalgssteder«.

I bemærkningerne til det oprindelige lovforslag – L 134, Folketinget 2000-01 - siges det om disse to undtagelser: »Ifølge pkt. 2 og 3 vil det være tilladt på tobaksudsalgssteder at udstille tobaksvarer og prisskilte for disse varer. Der tænkes her på udstilling af tobaksvarer og prisskilte inde i udsalgslokalet i det omfang, en sådan placering er hensigtsmæssig for en rationel omsætning. Det vil dog ikke være tilladt at anvende udstyr, så som reoler, hylder, standere o. lign., der på grund af deres størrelse eller udformning vil give en reklameeffekt.«

Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med tobaksreklamelovens overholdelse. Den 11. oktober 2006 afsagde Østre Landsret dom i en retssag anlagt af anklagemyndigheden mod House of Prince. Forbrugerombudsmanden havde vurderet, at House of Prince havde overtrådt tobaksreklamelovens § 3 om forbud mod tobaksreklame på tre punkter, bl.a. ved at have udstillet cigaretpakker i en plexiglasbeholder på barer og cafeer med den ledsagende tekst: »Kan købes i baren«. Ved dommen i Østre Landsret blev selskabet frifundet for overtrædelse af loven om forbud mod tobaksreklame (19. afd. a.s.nr. S-1592-06).

Om det pågældende forhold udtalte retten, at udstillingen som sket i de specielt producerede plexiglasbeholdere er omfattet af tobaksreklamelovens undtagelse om udstilling af tobaksvarer, jf. lovens § 3, stk. 2, nr. 2, der lyder således: »Forbuddet gælder dog ikke udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder«.

Intentionerne med den pågældende lovbestemmelse har været, at udstilling af tobaksvarer kun må ske helt neutralt uden anvendelse af specielt udstyr som særlige reoler, hylder, standere eller lignende. Udstilling af tobaksvarer i plexiglasbeholdere i barer og cafeer med henvisning til, at de pågældende cigaretter kan købes i baren, opfattes af Forbrugerombudsmanden som specielt udstyr, der ikke er omfattet af undtagelsesbestemmelsen.

På denne baggrund foreslås det, at bestemmelsen ændres, således at det direkte fremgår af lovteksten, at undtagelsen kun gælder en neutral anbringelse af tobaksvarer, der er placeret i forbindelse med betalingskasser, diske, barer eller lignende steder. Tobaksvarerne må kun placeres 1) på hylder og i skabe bag ved eller under kassen, disken, baren eller lignende steder, 2) i bokse, der hænger over kassen, baren eller lignende steder eller 3) i specielle automater, hvortil benyttes kort, der kun må forefindes og betales ved kasserne. Det foreslås ligeledes, at hylderne, skabene og boksene ikke får en størrelse og/eller udformning, som giver en reklameeffekt.

Opmærksomheden henledes på, at bestemmelsen også omfatter betjente kioskafdelinger i supermarkeder og lignende, således at det vil være tilladt at anbringe tobaksvarer bag ved disken i sådanne afdelinger.

Den anden ændring af tobaksreklameloven vedrører tilsynet med loven. Det fremgår af den gældende lovs § 6, at Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med lovens overholdelse. Det foreslås, at det i den pågældende bestemmelse tilføjes, at tilsynet føres efter markedsføringslovens regler.

I lyset af erfaringerne med de sager, som Forbrugerombudsmanden har behandlet siden tobaksreklamelovens ikrafttræden 1. januar 2002, er der behov for et bredere og mere fleksibelt tilsyn på området, svarende til det tilsyn, som Forbrugerombudsmanden udøver i medfør af markedsføringslovens regler med de heri angivne beføjelser for Forbrugerombudsmanden. Det vil give mulighed for en mere bredspektret indsats på området. En tilsvarende tilsynsmodel er valgt i forbindelse med lov om juridisk rådgivning, jf. denne lovs § 3.

Hvis tilsynet udøves i medfør af markedsføringslovens regler, vil det indebære, at tilsynet bliver underlagt et forhandlingsprincip, og at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at indbringe sager om forbud for Sø- og Handelsretten i den civile retsplejes former i sager af mere principiel karakter. Endvidere vil Forbrugerombudsmanden kunne nedlægge foreløbigt forbud og meddele administrativt påbud efter reglerne i markedsføringsloven. Der vil også være mulighed for, at Forbrugerombudsmanden kan udstede retningslinier, indhente tilsagn og afgive forhåndsbesked. Endelig vil Forbrugerombudsmanden kunne anmode om tiltalerejsning for overtrædelse af tobaksreklamelovens strafbelagte bestemmelser og udføre tiltalen ved byretterne.

Det foreslås derfor, at tobaksreklamelovens tilsynsbestemmelse suppleres med et nyt punktum, hvoraf det følger, at tilsynet føres efter markedsføringslovens regler.

Til § 4

Det foreslås i denne bestemmelse, at loven træder i kraft den 1. august 2008.

Lovforslaget sammenholdt med gældende lov

Gældende formulering

Lovforslaget

§ 1

I lov nr. 375 af 6. juni 2002 om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer foretages følgende ændringer:

§ 15. ---

Stk. 2. På den i stk. 1 nævnte liste kan aromastoffer opføres som én samlet gruppe pr. varemærke. Tobaksfabrikanter eller -importører skal samtidig oplyse, hvilke aromabestanddele der indgår i deres tobaksvarer.

1. § 15, stk. 2, ophæves.

Stk. 3-6 bliver herefter til stk. 2-5.

Stk. 4. Den i stk. 1 og 2 nævnte liste skal indeholde alle de toksikologiske oplysninger, som producenten eller importøren har til rådighed om disse tilsætningsstoffer, før og efter forbrændingen, alt efter hvad der er relevant.

2. I § 15, stk. 4, der bliver til stk. 3, ændres »stk. 1 og 2« til: »stk. 1«.

Stk. 6. De oplysninger, der er nævnt i stk. 1-5, skal indsendes til indenrigs- og sundhedsministeren en gang om året, første gang den 31. december 2002.

3. I § 15, stk. 6, der bliver til stk. 5, ændres »stk. 1-5« til: »stk. 1-4«.

§ 2

I lov nr. 213 af 31. marts 2004 om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år, som ændret ved § 28 i lov nr. 512 af 6. juni 2007, foretages følgende ændringer:

1. Lovens titel affattes således:

Lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år.

»Lov om forbud mod salg af tobak til personer under 18 år og salg af alkohol til personer under 16 år.«

§ 1, *stk. 1*. Tobaksvarer må ikke sælges til personer under 16 år.

§ 3. Tobaksvarer og alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 1,2 eller derover må ikke indføres fra andre EU-lande af personer under 16 år. Dette gælder dog ikke for øl.

2. § 1, *stk. 1*, affattes således:

»Tobaksvarer må ikke sælges til personer under 18 år.«

3. § 3 affattes således:

»§ 3. Tobaksvarer må ikke indføres fra andre EU-lande af personer under 18 år.

Stk. 2. Alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 1,2 eller derover må ikke indføres fra andre EU-lande af personer under 16 år. Dette gælder dog ikke for øl.«

4. Efter § 6 indsættes:

»§ 7. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.«

§ 3

I lov nr. 492 af 7. juni 2001 om forbud mod tobaksreklame m.v. foretages følgende ændring:

§ 3. Alle former for reklame for tobaksvarer er forbudt.

Stk. 2. Forbudet gælder dog ikke:

2) Udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder.

1. § 3, *stk. 2*, nr. 2, ophæves.

Nr. 3-7 bliver herefter nr. 2-6.

2. I § 3 indsættes som *stk. 3* og *4*:

»*Stk. 3*. Forbuddet gælder endvidere ikke en neutral anbringelse af tobaksvarer i forbindelse med betalingskasser, barer og lignende. Tobaksvarer må kun placeres

1) på hylder og i skabe bag ved eller under kassen, disken, baren eller lignende steder,

2) i bokse, der hænger over kassen, over baren eller lignende steder eller

3) i specielle automater, hvortil benyttes kort, der kun forefindes og betales ved kasserne.

Stk. 4. Hylderne, skabene og boksene må ikke få en størrelse eller udformning, som giver en reklameeffekt.«

3. I § 6 indsættes som *2. pkt.*:

§ 6. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med lovens overholdelse.

»Tilsynet føres efter markedsføringslovens regler.«