

# Standesregeln für den Berufsstand der Tabaktrafikanten

Regeln zur Wahrung des Standesansehens gemäß § 36 TabMG 96

**Stand Mai 2014**

## **Präambel**

Das Bundesgremium der Tabaktrafikanten legt zur Verbesserung und Erhaltung von Qualität und Seriosität der Leistungen der Tabaktrafikanten, zur Wahrung und Hebung der Standesehre und damit des Ansehens des Tabakwareneinzelhandels sowie zur Beseitigung oder Verhütung von Gewohnheiten, Gebräuchen und Neuerungen, welche dem lauterem und leistungsgerechten Wettbewerb unter den Mitgliedern im Wege stehen, folgende Standesregeln fest. Diese Standesregeln sollen das Tabakmonopolgesetz 1996 (TabMG 96) ergänzen bzw. kommentieren sowie Orientierungshilfen für Tabaktrafikanten, deren Interessenvertretung und die Monopolverwaltungsgesellschaft sein.

Zweck des Tabakmonopols auf dem Einzelhandelssektor in Österreich ist neben der befriedigenden Nahversorgung die Schaffung von Existenzgrundlagen, insbesondere für behinderte Menschen, durch Bestellung zum Inhaber eines Tabakfachgeschäftes. Das Tabakfachgeschäft ist demnach unabdingbar notwendige Voraussetzung für die Erhaltung des Tabakmonopols überhaupt. Unter diesem Gesichtspunkt ist auch das Tabakfachgeschäft eine Besonderheit in der Handelslandschaft Österreichs.

## **§ 1 Grundsatz**

(1) Die Tabaktrafikanten haben ihren Beruf gewissenhaft mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes auszuüben. Sie sind verpflichtet, jedes standeswidrige Verhalten zu unterlassen und sollen sich ihrer Verantwortung insbesondere gegenüber Kindern und Jugendlichen bei der Präsentation und beim Verkauf ihrer Produkte bewusst sein.

(2) Standeswidrig ist ein Verhalten im Geschäftsverkehr oder anderen Berufsangehörigen gegenüber, das geeignet ist, das Ansehen des Berufsstandes zu beeinträchtigen oder gemeinsame Interessen des Berufsstandes zu schädigen.

(3) Die Standesregeln gelten für jeden Tabaktrafikanten im gesamten Bundesgebiet.

## **§ 2 Jugendschutz**

(1) Die Abgabe von Tabakwaren und Produkten, die zwar kein Nikotin enthalten, aber aufgrund ihres Erscheinungsbildes oder ihrer Funktion einem Tabakprodukt ähneln (zB E-Shishas, Shishas to go, Skinny Shishas, Soex Tabak, Steam-Stones, etc.), an Personen, die das 16. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, ist verboten.

(2) Tabakwarenautomaten sind ab 1.1.2007 mit einer Vorrichtung zu versehen, die den Zugang von Jugendlichen unter 16 Jahren verhindert. Dies ist durch ein Quick-Modul und ein Bankomatsystem mit Alterssiegel vorzunehmen.

(3) Der Verkauf von Glücksspielprodukten im Sinn des Glücksspielgesetzes an Personen, die das 16. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, ist verboten.

(4) Der Verkauf von Sportwettenprodukten an Personen, die das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, ist verboten.

## **§ 3 Betreuung des eigenen Kundenkreises**

(1) Aussendungen bzw. Hinweise auf neue Produkte und Dienstleistungen dürfen ausschließlich Raucherbedarfsartikel betreffen, nicht jedoch Tabakwaren, und sollen nur an den eigenen Kundenkreis (Kundenkartei: Nachweis derselben anhand der Ausgangsrechnungen - Übermittlung eines Pflichtexemplars an die Monopolverwaltungsgesellschaft) gerichtet werden.

(2) In detaillierten Auswertungen und Informationen dürfen keine Hinweise auf andere Nebenartikel und Aktivitäten enthalten sein.

(3) Die Teilnahme an Aktivitäten innerhalb eines Zigarren- oder Pfeifenclubs ist erwünscht. Dies darf nicht zur Werbung für einzelne Tabaktrafikanten und/oder Gruppen von Tabaktrafikanten missbraucht werden. Die Tätigkeit als Tabakwarenhändler im Zusammenhang mit solchen Aktivitäten ist standeswidrig.

(4) Die namentliche Aufzählung in Medien von Tabaktrafiken, die als Annahmestellen für Annoncen zur Verfügung stehen, ist im Sinne der Wahrung des gesetzlich gewährleisteten Gebietsschutzes standeswidrig.

#### **§ 4 Vertriebssystem**

(1) Die Abgabe von Tabakwaren darf nur im Trafiklokal und mittels genehmigter Automaten oder am genehmigten Standort erfolgen. Beim Verkauf von Monopolgegenständen ist die Verwendung elektronischer Zahlungssysteme, bei denen den Kunden kein Zahlungsziel gewährt wird, erlaubt.

(2) Die Überprüfung der Kunden außer nach § 36 Abs. 9 TabMG 96 ist nicht erforderlich.

(3) Tabakwaren dürfen im Hinblick auf die Unzulässigkeit der Gewährung von direkten oder indirekten Vorteilen nicht in Kommission und nur zu den jeweils veröffentlichten Kleinverkaufspreisen abgegeben werden.

(4) Die Gewährung von Rabatten, Zu- und Draufgaben beim Vertrieb von Tabakwaren sowie das Zustellen von Tabakwaren sind schwerwiegende Verfehlungen gegen das TabMG 96.

#### **§ 5 Teilnahme an Branchenaktivitäten/ Solidarität**

(1) Die Teilnahme an Branchenaktivitäten soll zur Hebung des Standesbewusstseins mit dem Ziel der Erhaltung des TabMG 96 dienen.

(2) Die Förderung des Standesbewusstseins soll durch die regelmäßige Teilnahme an Aktivitäten fachlicher als auch gesellschaftlicher Natur (z.B. Stammtische) erfolgen.

(3) Die vom Bundesgremium beschlossenen Maßnahmen sollen zur Förderung der Branchensolidarität eingehalten werden.

(4) Das Nichteinhalten beschlossener, gemeinsamer Maßnahmen darf nicht zum eigenen Vorteil genutzt werden.

#### **§ 6 Schulung und Ausbildung**

(1) Voraussetzung für die Bestellung als Tabaktrafikant ist die erfolgreiche Absolvierung des in § 27 Abs. 1 TabMG genannten Tabakfachhändlerseminars.

(2) Die ständige Aktualisierung der Kompetenz des Trafikanten und seines Personals ist unerlässlich für das wirtschaftliche Bestehen in einem sich immer schneller wandelnden Umfeld.

#### **§ 7 Das Tabakfachgeschäft**

(1) Tabaktrafiken sind Geschäfte, in denen der Kleinhandel mit Tabakerzeugnissen betrieben wird. Die Inhaber von Tabaktrafiken sind Tabaktrafikanten.

(2) Ein Tabakfachgeschäft ist eine Tabaktrafik, die ausschließlich Tabakerzeugnisse oder neben Tabakerzeugnissen andere im Abs. 3 angeführte Waren nur in einem solchen Umfang führt, dass der Charakter eines Tabakfachgeschäftes gewahrt bleibt.

(3) Der Inhaber eines Tabakfachgeschäftes darf, falls er die hierzu erforderlichen Berechtigungen besitzt,

1. Stempelmarken, Postwertzeichen und Fahrscheine für öffentliche Verkehrsmittel und Parkscheine verkaufen,
2. eine Lotto- und Totoannahmestelle betreiben sowie Spielanteile von Lotterien und Tombolaspielen vertreiben,
3. Rauchrequisiten, Papier- und Schreibwaren, Galanteriewaren, Lederwaren, Reiseandenken, Zeitungen und Zeitschriften, Ansicht- und Spielkarten (Nebenartikel) verkaufen, wenn nach Art und Umfang dieser Tätigkeit der Charakter eines Tabakfachgeschäftes gewahrt bleibt. Die Monopolverwaltungsgesellschaft kann im Einvernehmen mit dem Bundesgremium der Tabaktrafikanten weitere Waren als Nebenartikel und bestimmte Dienstleistungen zulassen.

(4) Andere Tabaktrafiken als Tabakfachgeschäfte gelten als Tabakverkaufsstellen.

## **§ 8 Inhalt des Waren- und Dienstleistungskorbes**

Über den Inhalt des Waren- und Dienstleistungskorbes eines Tabaktrafikanten gibt es Vereinbarungen gemäß § 23 Abs. 3 2. Satz TabMG 96 zwischen dem Bundesgremium der Tabaktrafikanten und der Monopolverwaltungsgesellschaft. Die Verständigung der Tabaktrafikanten erfolgt durch Informationen der Monopolverwaltungsgesellschaft.

## **§ 9 Kennzeichnung von Tabaktrafiken**

Das von den Tabaktrafikanten gemäß § 37 Abs. 2 TabMG 96 allgemein verwendete und vom Bundesgremium der Tabaktrafikanten anerkannte Zeichen ist ein roter Ring, mit einer durchgesteckten symbolisierten Zigarette, wobei auf dem roten Ring die Aufschrift "Tabak-Trafik" angebracht sein muss.

## **§ 10 Erscheinungsbild des Tabakfachgeschäftes**

Der Charakter des Tabakfachgeschäftes muss außen und innen deutlich zum Ausdruck kommen. Kriterien hierfür sind:

### a) Außen

Auszugehen ist von der gesamthaften Wirkung des Portals. Besonderes Augenmerk kommt dabei der Gestaltung der Auslagen zu. Es sollte die gesamte zu gestaltende Werbefläche zu über 50 % den Tabakwaren und Raucherbedarfsartikeln gewidmet sein. Dieses Verhältnis ist ebenso auf die Gestaltung der Auslagen umzulegen. Das primäre Element der zu Werbezwecken nutzbaren Möglichkeiten ist in jedem Fall der Tabakwerbung zu widmen. Die gesamthafte Wirkung des Portals insbesondere der Auslagen darf durch das Aufstellen von Verkaufshilfen vor dem Geschäft nicht beeinträchtigt werden. An die Pflicht zur gesetzlich vorgesehenen Kennzeichnung der Tabaktrafik mit dem Rauchring, dem Anschlag der Öffnungszeiten sowie dem Namen des Eigentümers wird erinnert.

### b) Innen

Auch in der Innengestaltung ist zunächst die gesamthafte Betrachtung wesentlich, d.h. im zentralen Blickfeld bzw. im Zentrum des Verkaufsbereiches hat das Angebot an Tabakwaren zu sein. Im Bewusstsein der Schwierigkeit der Präsentation der Tabakerzeugnisse durch Aktivitäten anderer Anbieter ist es unumgänglich notwendig, den Tabakwaren ihrer Bedeutung gemäß im Verkaufsbereich Raum zu geben. Neue Verkaufstechniken, die einen geringeren Grad der Präsentation der Tabakwaren zur Folge haben, machen eine verstärkte Präsentation der Tabakwaren hinter dem Verkaufsbereich notwendig. Im Bewusstsein der kommerziellen Bedeutung des Angebotes von Saisonware und auch von Reiseandenken an für den Tourismus bedeutenden Standorten im Verkaufsbereich darf trotzdem die überwiegende Präsentation der Tabakwaren nicht vernachlässigt werden. Die Gestaltung des Geschäftes durch Werbemittel, gleich welcher Art, z.B. Beleuchtungskörper, Wanduhren, Flyers, Pultständer, darf die Eindeutigkeit des Charakters des Tabakfachgeschäftes nicht beeinträchtigen.

## **§ 11 Zuständigkeit**

(1) Für den Vollzug der Landesregeln sind, soweit nichts anderes bestimmt ist, das Bundesgremium sowie die Landesgremien der Tabaktrafikanten jeweils für den örtlichen Bereich im Sinne der §§ 43 Abs. 3 und 47 Wirtschaftskammergesetz zuständig.

(2) Die Überprüfung der Einhaltung dieser Landesregeln können die zuständigen Gliederungen der Landesammern vornehmen. Die Mitglieder sind nach § 70 Wirtschaftskammergesetz verpflichtet, Auskünfte im Zusammenhang mit dieser Überprüfung zu erstatten.

## **§ 12 Inkrafttreten**

Die Landesregeln treten nach der Genehmigung durch das Erweiterte Präsidium der Wirtschaftskammer Österreich mit ihrer Kundmachung in den Mitteilungsblättern der Landesammern in Kraft.

9.7.2014 *Dr. Otmar Körner*