

2019

KAMPAGNEN- BERICHT



ALKOHOL- UND TABAK-

TESTKÄUFE



Promotion santé Valais
Gesundheitsförderung Wallis

ADDICTIONS – CIPRET
SUCHT – CIPRET

TESTKÄUFE



SENSIBILISIERUNGS KAMPAGNE

2019

Mit Testkäufen werden Verkaufsstellen für den Jugendschutz sensibilisiert und es wird überprüft, ob sie die geltenden Gesetze in Bezug auf den Verkauf von Alkohol und Tabak an Minderjährige einhalten.

4 ARTEN VON BETRIEBS



2 GETESTETE PRODUKTE



4 GETESTETE REGIONEN



2 PHASES

SENSIBILISIERUNG



Pressekonferenz

515 an die Betriebe versandte



Besuch der Gemeindepolizei in den Betrieben

INFORMATION DER GEMEINDEN
ÜBER DAS ERGEBNIS DER
EINZELNEN TESTS.

PRAXISTESTS

40 Alkoholtests

40 Tabaktests

70% Verkaufsverweigerung



30% Verkäufe



75% Verkaufsverweigerung



25% Verkäufe



Inhaltsverzeichnis

1. Kontext	1
1.1. Wichtige Zahlen	1
1.1.1. Jugendliche und Alkoholkonsum	1
1.1.2. Jugendliche und Tabakkonsum	1
1.2. Gesetzliche Grundlagen.....	2
1.2.1. Verkauf von Alkohol	2
1.2.2. Tabakverkauf	2
1.3. Kontext der Suchprävention im Wallis	3
1.4. Kontext der Testkäufe im Wallis.....	3
1.4.1. Alkoholtestkäufe.....	3
1.4.1. Alkoholtestkäufe.....	4
1.6. Pilotprojekt 2018	4
2. Präsentation der Kampagne 2019.....	5
2.1. Ziele der Kampagne	5
2.2. Partner der kantonalen Steuergruppe.....	5
2.3. Ablauf der Kampagne 2019	5
2.3.1. Sensibilisierung der betroffenen Betriebe.....	6
2.3.2. Testkäufe in der Praxis	7
2.4. Art und Auswahl der getesteten Betriebe	7
2.5. Jugendliche Käufer	7
3. Globale Ergebnisse	8
3.1. Ergebnisse für Alkohol	8
3.2. Ergebnisse für Tabak	8
3.3. Statistiken für die Ausweiskontrolle bei Alkoholtestkäufen	8
3.4. Statistiken für die Alterskontrolle bei Tabaktestkäufen	9
4. Schlussfolgerungen und Ausblick	10
5. Danksagung	10
Anhänge	11
A. An die Betriebe verteilte Plakate und Aushänge	11

1. Kontext

1.1. Wichtige Zahlen

1.1.1. Jugendliche und Alkoholkonsum

Zwischen 2002 und 2014 war der Anteil der Schülerinnen und Schüler, die angaben, in ihrem Leben mindestens einmal betrunken gewesen zu sein, im Wallis und in der Schweiz bei den Mädchen und bei den Jungen rückläufig.¹

2014 gaben im Wallis 15 % der Mädchen (2002: 28 %) und 18 % der Jungen (2002: 30 %) zwischen 11 und 15 Jahren an, bereits mindestens einmal betrunken gewesen zu sein.²

2014 gaben ausserdem 16 % der Mädchen und 33 % der Jungen im Alter von 11 Jahren an, mindestens einmal in ihrem Leben Alkohol konsumiert zu haben. Bei den 15-Jährigen liegen diese Anteile bei 74 % bei den Mädchen und bei 71 % bei den Jungen.³

1.1.2. Jugendliche und Tabakkonsum

In der Schweiz ist Tabakmissbrauch jedes Jahr für 9'500 vorzeitige Todesfälle verantwortlich, das sind 26 Todesfälle pro Tag. Die rund 2 Millionen Raucher machen Tabakmissbrauch zu einem der grössten Gesundheitsprobleme des Landes. Das Rauchen in der Jugend kann schwere gesundheitliche Folgen haben. Tabakmissbrauch verzögert das Wachstum, beeinträchtigt die Lungenfunktion und erhöht gleichzeitig das Asthmarisiko. Junge Raucher sind im Allgemeinen in einer schlechteren körperlichen Verfassung.

Laut einer Studie aus dem Jahr 2016 kann sich ein Grossteil der Jugendlichen an den Verkaufsstellen selbst Tabakwaren beschaffen: 71,4 % der 15-17-Jährigen.⁴

Der Tabakkonsum bei Jugendlichen steigt mit dem Alter stark an, vor allem zwischen 15 und 20 Jahren. Vor dem 14. Altersjahr liegt die Zahl der rauchenden Jugendlichen unter 6 %, ab dem 15. Altersjahr geben 11,5 % an, mindestens einmal pro Woche zu rauchen.⁵ Zwischen 2002 und 2014 war der Anteil der Schüler zwischen 11 und 15 Jahren, die mindestens einmal pro Woche rauchen, im Wallis stark rückläufig und sank von 12 % auf 5 % bei den Jungen und von 18 % auf 3 % bei den Mädchen. Die Zahlen für das Wallis und die Schweiz sind vergleichbar, die jugendlichen Walliser im Alter von 15 Jahren rauchen jedoch etwas häufiger als gleichaltrige Jugendliche in der Schweiz⁶. Im Altersabschnitt von 15-17 Jahren beläuft sich die Rate der täglichen Raucher und der Gelegenheitsraucher auf 15,8 % und steigt dann zwischen 17 und 19 Jahren auf 29 %⁷.

¹ Walliser Schülerinnen- und Schülerbefragung zum Gesundheitsverhalten «Health Behaviour in School-aged Children» durch das Walliser Gesundheitsobservatorium, Ergebnisse der Studie 2002-2014

² Ebenso

³ Ebenso

⁴ Kuendig H., Notari L., Gmel G. (2017). Tabakkonsum der 15- bis 25-Jährigen 2016 - Analyse der Daten des Suchtmonitorings Schweiz 2016, Sucht Schweiz, Lausanne, Schweiz

⁵ Studie HBSC (Health Behaviour in School-aged Children) 2014

⁶ Walliser Gesundheitsobservatorium, September 2016

⁷ Kuendig, H., Notari, L., & Gmel, G. (2017). Tabakkonsum der 15- bis 25-Jährigen 2016 - Analyse der Daten des Suchtmonitorings Schweiz 2016, Sucht Schweiz, Lausanne, Schweiz

Es ist jedoch bekannt, dass Personen, die mit 20 Jahren noch nicht mit dem Rauchen begonnen haben, ein geringeres Risiko haben, im weiteren Verlauf ihres Lebens damit anzufangen. Im Übrigen sind strukturelle Massnahmen wie die Altersbeschränkung und die Alterskontrolle wirkungsvolle Präventionsmassnahmen, deshalb führte das CIPRET-Wallis von 2014 bis 2017 Tabaktestkäufe durch.

1.2. Gesetzliche Grundlagen

1.2.1. Verkauf von Alkohol

Das Gesetz verbietet den Verkauf von Wein, Bier und Apfelwein an unter 16-Jährige sowie den Verkauf von Spirituosen an unter 18-Jährige. Die Daten der Schülerinnen- und Schülerbefragung zum Gesundheitsverhalten 2014 zeigen jedoch, dass von den 15-Jährigen, die in den letzten 30 Tagen Alkohol konsumiert haben, mehr als ein Viertel (27,8 %) bereits mindestens einmal Alkohol in einem Geschäft oder Restaurant gekauft hat.⁸ Die diesbezüglichen gesetzlichen Vorschriften werden also nicht immer eingehalten, obwohl bekannt ist, dass diese Zielgruppe in Bezug auf Alkohol besonders schutzbedürftig ist.

Um diese Situation zu verbessern, haben Sucht Wallis, die Kantonspolizei und die Stadtpolizeien von 2008 bis 2017 mithilfe von Testkäufen Sensibilisierungskampagnen in verschiedenen Walliser Detailhandelsgeschäften und Restaurants durchgeführt.

1.2.2. Tabakverkauf

Im Kanton Wallis trat am 1. Januar 2019 das Gewerbepolizeigesetz in Kraft, das den Verkauf von Tabakwaren regelt.⁹ In Artikel 4 des Gesetzes heisst es, dass «der Verkauf und die Abgabe von Tabakwaren, Nikotinprodukten, E-Zigaretten und legalem Cannabis an Jugendliche unter 18 Jahren verboten sind.»

Zurzeit gibt es kein Bundesgesetz, das das Mindestalter für die Abgabe von Tabak regelt (der Entwurf für ein Tabakgesetz befindet sich im eidgenössischen Parlament in der Vernehmlassung). In manchen Kantonen ist die Abgabe von Tabakwaren an Minderjährige unter 18 Jahren verboten, in anderen beträgt das Mindestalter 16 Jahre und in einigen Kantonen gibt es diesbezüglich gar keine Gesetze.

Im neuen Tabakproduktegesetz möchte der Bundesrat Testkäufe im Übrigen fördern und eine gesetzliche Grundlage für ihre Durchführung schaffen.

Laut dem nationalen Bericht über den Verkauf von Alkohol an Minderjährige 2016 der Hochschule für Soziale Arbeit Freiburg ist bekannt, dass «Testkäufe eine direkte präventive Rolle spielen, indem sie den Zugang der Minderjährigen zu Alkohol beschränken, durch die Erinnerung der Jugendschutzbestimmungen in den Verkaufsstellen (Einwirken auf die Praktiken und die Verkaufsstrategien), ihren Beitrag zur Akzeptanz von Alterskontrollmassnahmen (Unterstützung des Verkaufspersonals) und die Sensibilisierung aller Akteure – Minderjährige, Eltern, Verkäufer,

⁸ Studie HBSC (Health Behaviour in School-aged Children) mit 9'894 Schweizer Schülerinnen und Schülern

⁹ <https://www.promotionsantevalais.ch/data/documents/CIPRET/Loipolicecommerce2019.pdf>

Öffentlichkeit – für die Problematik des illegalen Alkoholverkaufs.»¹⁰. Auch ohne Strafen zu verhängen ändern diese Testkäufe die Verhaltensweisen und haben eine präventive Wirkung.

1.3. Kontext der Suchtprävention im Wallis

Am 1. Juli 2018 wurde die Primärprävention von Sucht Wallis an Gesundheitsförderung Wallis übertragen. Diese Übertragung wurde durch eine dreiseitige Vereinbarung zwischen der Dienststelle für Gesundheitswesen des Kantons Wallis, Sucht Wallis und Gesundheitsförderung Wallis offiziell bestätigt.

Die folgenden Programme sind betroffen:

- Label Fiesta → Feste und Veranstaltungen
- Be My Angel → Feste und Veranstaltungen
- cool and clean → Sport
- Ich hab's im Griff, dann Escape Addict seit dem Schuljahresbeginn 2018-2019 → Schulen
- Kantonale Kampagne zum Thema Glücksspiel
- Alkoholtestkäufe → Jugendschutz

Diese Übertragung hatte namentlich die Schaffung des Bereichs Sucht-CIPRET bei Gesundheitsförderung Wallis zur Folge. Ziel dieses neuen Sektors, der den Bereich Prävention von Sucht Wallis und das CIPRET-Wallis unter dem neuen Namen Sucht-CIPRET umfasst, ist es, die Synergien zwischen den verschiedenen Akteuren der Prävention zu fördern.

1.4. Kontext der Testkäufe im Wallis

1.4.1. Alkoholtestkäufe

Vor 11 Jahren begannen Sucht Wallis und seine Partner im Oberwallis mit der Durchführung von Sensibilisierungskampagnen für den Verkauf von Alkohol an Minderjährige. Um diese Praxis beizubehalten und auf den ganzen Kanton auszuweiten, wurde eine Steuergruppe gegründet. Dies führte von 2009 bis 2010 in mehreren Gemeinden des Unterwallis zu einer ersten Massnahme. Parallel dazu wurden auch in zahlreichen Gemeinden des Oberwallis von 2008 bis 2011 Massnahmen ergriffen. 2011 wurden in Sitten Tests durchgeführt und im selben Jahr fand in sechs Walliser Städten ein Monitoring statt.

Nach dieser Startphase wurde 2012 in acht Städten des Kantons eine erste kantonale Sensibilisierungskampagne mit mehr als 300 Tests durchgeführt.

2014 beschloss die kantonale Steuergruppe, einen Plan zu erarbeiten, um sicherzustellen, dass alle Regionen des Wallis bis Ende 2017 erneut getestet werden, was in der Folge auch geschah.

Zwischen 2008 und 2017 wurden im Wallis insgesamt rund 2'000 Alkoholtestkäufe durchgeführt.

¹⁰ Nationaler Bericht über den Verkauf von Alkohol an Minderjährige der Hochschule für Soziale Arbeit Freiburg

1.4.1. Alkoholtestkäufe

Seit 2014 führt das CIPRET-Wallis Testkäufe im Hinblick auf das Verkaufsverbot von Tabakwaren an Minderjährige unter 16 Jahren durch. Das erste Monitoring wurde von Sucht Wallis gemäss einem Protokoll durchgeführt, das auf der Grundlage des Protokolls für die Alkoholtestkäufe angepasst worden war. Die Ergebnisse dieses Monitorings veranlassten das CIPRET-Wallis, die Testkäufe fortzusetzen, und ab 2015 fanden weitere Tests in den verschiedenen Regionen des Wallis statt.

Insgesamt wurden zwischen 2014 und 2018 etwas mehr als 300 Tabaktestkäufe durchgeführt.

1.6. Pilotprojekt 2018

Angesichts der Übertragung der Primärprävention von Sucht Wallis an Gesundheitsförderung Wallis, des Endes der kantonalen Kampagne 2012-2017 für die Alkoholtestkäufe von Sucht Wallis und der vom CIPRET-Wallis durchgeführten Tabaktestkäufe beschloss die kantonale Steuergruppe für Alkoholtestkäufe im Januar 2018, die Alkohol- und Tabaktestkäufe zu vereinheitlichen und für das Jahr 2018 eine Pilotkampagne zu entwickeln.

Im Rahmen dieses Pilotprojekts 2018 wurden nach einer grossen Sensibilisierungskampagne 100 Betriebe getestet. Für den Verkauf von Alkohol wurden 50 Tests durchgeführt, für den Tabakverkauf waren es ebenfalls 50.

Die Bewertungsergebnisse des Pilotprojekts 2018 fielen sehr positiv aus. In ihrer Sitzung vom Januar 2019 beschloss die Steuergruppe für die Testkäufe, den Vorschlag für die neue kantonale Testkaufplanung anzunehmen. Daher werden zwischen 2018 und 2022 alle Regionen des Kantons sensibilisiert und getestet und Gesundheitsförderung Wallis wird die alleinige Projektverantwortung übernehmen.

2. Präsentation der Kampagne 2019

2.1. Ziele der Kampagne

Im Rahmen der neuen kantonalen Planung 2018-2022 wurden im Laufe des Jahres 2019 die Regionen Haut-Lac, Coteaux du Soleil, Val d'Hérens und Brig für das Thema Jugendschutz im Zusammenhang mit dem Verkauf von Alkohol und Tabak sensibilisiert und 80 Betriebe wurden getestet.

Das Hauptziel dieser Kampagne besteht darin, die Betriebe für das Thema Jugendschutz zu sensibilisieren und sich ein Bild von der aktuellen Situation betreffend den Verkauf von Alkohol und Tabak an Minderjährige zu machen.

Ziel ist es nicht, den Betrieben eine Falle zu stellen, sie wurden zuvor alle über die Möglichkeit eines Tests informiert. Vielmehr geht es darum, die Geschäfte, die das Gesetz einhalten, in Bezug auf ihre Praktiken zu bestärken, und jene, die es nicht tun, zu sensibilisieren, damit sie ihr Verhalten entsprechend ändern.

2.2. Partner der kantonalen Steuergruppe

Die Alkohol- und Tabaktestkäufe im Kanton Wallis sind das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Partnern, die von der Thematik des Verkaufs dieser Produkte an Minderjährige betroffen sind. Die Akteure sind im Rahmen einer kantonalen Steuergruppe vereint, welche die Leitlinien der verschiedenen jährlichen Kampagnen definiert.

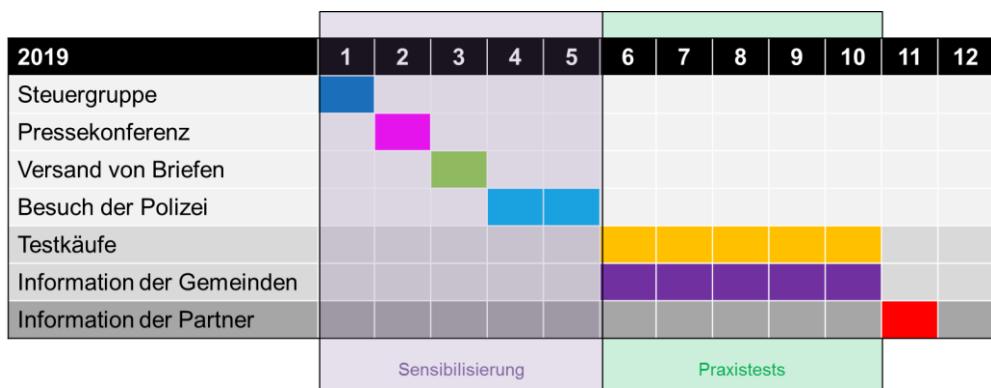
Diese Partner sind:

- Gesundheitsförderung Wallis über den Bereich Sucht-CIPRET
- Eidgenössische Zollverwaltung
- GastroValais
- Die Walliser Kantonspolizei
- Die Walliser Stadtpolizeien
- Der Verband der Walliser Gemeinden
- Die Dienststelle für Verbraucherschutz und Veterinärwesen über das Kantonslabor
- Das Jugendgericht
- Der Dachverband der Elternverbände FRAPEV

2.3. Ablauf der Kampagne 2019

Wie 2018 wurden die Alkohol- und Tabaktestkäufe in einer einzigen Kampagne zusammengefasst, die in zwei Phasen stattfand:

1. Sensibilisierung der betroffenen Betriebe
2. Testkäufe in der Praxis



Kalender der Testkaufkampagne 2019

In 4 Regionen des Kantons wurden 13 Gemeinden gezielt getestet:

- Haut-Lac (Vionnaz, Vouvry, Port-Valais und St-Gingolph)
- Les Coteaux du soleil (Conthey, Vétroz, Ardon und Chamoson)
- Val d'Hérens (Vex, Hérémence, Evolène und St-Martin)
- Brig

2.3.1. Sensibilisierung der betroffenen Betriebe

Die Sensibilisierungsphase fand von Februar bis Mai 2019 statt. Nach der Pressekonferenz, bei der die Zielregionen bekanntgegeben wurden, wurde ein Informationsschreiben von Gesundheitsförderung Wallis an die Präsidenten der 13 betroffenen Gemeinden und alle ihre Betriebe gesendet. Dem Schreiben lag ein Sticker bei, der an das neue Tabakgesetz erinnert (Anhang A).

Anschliessend besuchten die Stadtpolizeien alle Betriebe, um sie für das Thema des Alkohol- und Tabakverkaufs an Minderjährige zu sensibilisieren und über die Testkaufkampagne zu informieren. Bei Bedarf wurden verschiedene Plakate und Aushänge an die Betriebe verteilt (Anhang A).

Ziel war es nicht, den Betrieben eine Falle zu stellen, sondern sie zu sensibilisieren. Diese Phase ist wesentlich für den guten Ablauf der Kampagne.

2.3.2. Testkäufe in der Praxis

Anschliessend fanden von Juni bis Oktober 2019 unter der Verantwortung eines Mitarbeiters von Gesundheitsförderung Wallis die Testkäufe statt. Jeder Betrieb wurde einmal getestet.

Konkret bedeutet dies, dass:

- 40 Betriebe in Bezug auf den Verkauf von Alkohol getestet wurden.
- 40 Betriebe in Bezug auf den Verkauf von Tabak getestet wurden.
- Nach jedem Testkauf wurde ein Schreiben mit dem Ergebnis an die getesteten Betriebe gesendet.
- Die Testergebnisse wurden ebenfalls an die Gemeinden und die betroffene Stadtpolizei gesendet.

2.4. Art und Auswahl der getesteten Betriebe

In jeder der vier getesteten Regionen wurden 10 Betriebe im Hinblick auf den Verkauf von Alkohol getestet, für Tabak waren es gleich viele.

Vier Arten von Betrieben wurden gewählt: Tankstellenshops und Kiosks, Geschäfte, Restaurants und Bars.

Soweit möglich wurden fünf Betriebe pro Kategorie getestet. Insgesamt fanden in 18 Shops, 21 Geschäften, 28 Restaurants und 13 Bars Tests statt.

Alle getesteten Betriebe wurden von den verschiedenen Polizeien gezielt ausgewählt. Durch diese strategische Entscheidung sollte die von den Partnern vor Ort beobachtete Realität berücksichtigt werden.

2.5. Jugendliche Käufer

Um die Suche, die Rekrutierung und die Ausbildung der jungen Käufer zu vereinfachen, wurde die Zusammenarbeit mit dem Institut Don Bosco in Sitten fortgesetzt. Diese Partnerschaft hat es ermöglicht, diese jungen «Meinungsführer» für den Jugendschutz zu sensibilisieren.

4 junge Walliser zwischen 15 und 17 Jahren waren im Rahmen dieser Kampagne aktiv.

Alle wurden zuvor geschult und die Tests waren selbstverständlich nur dank des Einverständnisses der Eltern und der Zusammenarbeit des pädagogischen Teams möglich.

Als Entschädigung für ihre Mithilfe erhielten die Jugendlichen für jeden Einsatz Gutscheine.

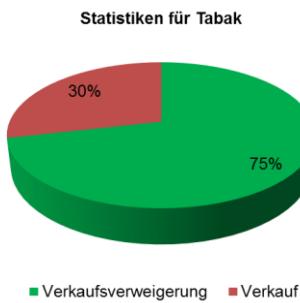
Aus praktischen Gründen war keiner der Jugendlichen 18 Jahre alt oder wurde im Jahr 2001 geboren. So konnten die Testkäufe für Spirituosen und Tabak am selben Abend durchgeführt werden. Zum 1. Januar 2019 wurde das gesetzliche Mindestalter für den Tabakverkauf von 16 auf 18 Jahre erhöht. Die Beteiligung an dieser Testkampagne stand allen Jugendlichen frei. Ziel war es, zu versuchen, Wodka und Tabak zu kaufen, beides Produkte, die nur an Erwachsene verkauft werden dürfen.

3. Globale Ergebnisse

3.1. Ergebnisse für Alkohol



3.2. Ergebnisse für Tabak



3.3. Statistiken für die Ausweiskontrolle bei Alkoholtestkäufen

Bei den 40 durchgeführten Alkoholtestkäufen mussten die Jugendlichen in 58% der Fälle auf Verlangen des Verkäufers oder des Servicepersonals ihren Ausweis vorzeigen.



Die Ausweiskontrolle ist die wirkungsvollste Massnahme, um das Alter eines Kunden festzustellen, sie wird jedoch noch nicht systematisch genug verwendet.

In 83% der Fälle, in denen von den jugendlichen Käufern ein Ausweis verlangt wurde, wurde der Verkauf verweigert. Die 17% der Betriebe, die trotz einer Ausweiskontrolle Alkohol verkauft haben, berufen sich hauptsächlich darauf, dass das Alter in der Stresssituation falsch berechnet wurde. Dieser Prozentsatz ist sehr hoch und zeigt den Bedarf auf, Übersichtskarten an das Verkaufspersonal zu verteilen, die es ermöglichen, das Alter junger Kunden schnell und effizient zu berechnen.

3.4. Statistiken für die Alterskontrolle bei Tabaktestkäufen

Bei den 40 durchgeführten Tabaktestkäufen mussten die Jugendlichen in 80% der Fälle auf Verlangen des Verkäufers oder der Verkäuferin bzw. des Servicepersonals ihren Ausweis vorzeigen, an der Kasse, an der Bar oder für die Automaten.



In den anderen Fällen wurde das Alter nur mündlich kontrolliert, was jedoch nicht ausreicht, um die Jugendlichen zu schützen. Wenn nach einem Ausweis gefragt wurde, fand nur in 20% der Fälle ein Verkauf statt, weil das Alter falsch berechnet wurde.

In Bars und Restaurants wandten sich die Jugendlichen systematisch an das Servicepersonal, um zu fragen, ob Zigaretten verkauft werden (bzw. ob ein Automat zur Verfügung steht). Wenn das Barpersonal keine Alterskontrolle durchführte, verweigerte das Ausweislesegerät der Automaten den Verkauf bei 100% der Testkäufe. Das zeigt, dass die Lesegeräte zum 1. Januar 2019 infolge der Änderung des Tabakgesetzes, die das Mindestalter von 16 auf 18 Jahre angehoben hat, korrekt angepasst wurden.

4. Schlussfolgerungen und Ausblick

Dieses Pilotprojekt zeigt die Durchführbarkeit und die Relevanz einer Vereinheitlichung der Testkäufe für diese zwei Produkttypen auf. Es ermöglicht die Maximierung der für die Sensibilisierung und die Praxistests verfügbaren Ressourcen.

Wie von der kantonalen Steuergruppe vorgesehen, finden die nächsten Tests 2020 in den Regionen Vallée d'Illiez, Salentin, Haut-Plateau und Vallée de Conches statt.

5. Danksagung

Gesundheitsförderung Wallis möchte diesen Bericht nutzen, um allen jugendlichen Testkäufern, die an dieser Kampagne mitgewirkt haben, herzlich zu danken. Ihr Engagement und ihre Seriosität bei den Tests waren bemerkenswert.

Besonderer Dank gilt ausserdem allen Partnern vor Ort, vor allem dem Institut Don Bosco, der Kantonspolizei und den Stadtpolizeien sowie der Steuergruppe für ihre Unterstützung.

Weitere Auskünfte und Informationen:

Sébastien Blanchard, Projektleiter Gesundheitsförderung Wallis

027 566 52 06, 079 744 54 78, sebastien.blanchard@psvalais.ch

Weitere Informationen zum Konzept der Testkäufe im Wallis:

<https://www.promotionsantevalais.ch/fr/jeunes-706.html>

Auskünfte zu den Alkoholtestkäufen in der Schweiz:

http://www.hets-fr.ch/files/prestations/pdf/RM/RM_35_RFA_2015.pdf

<https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/strategie-und-politik/politische-auftraege-und-aktionsplaene/politische-auftraege-zur-alkoholpraevention/alkoholpraevention-kantone/testkaeufe.html>

Anhänge

A. An die Betriebe verteilte Plakate und Aushänge

