

(Entscheid der Eidgenössischen Alkoholrekurskommission vom 22. Februar 2005 i.S. X [ALKRK 2004-005])

Alkoholmonopolgebühren. Alcopops. Auslegungsmethoden.

Art. 23bis Abs. 2bis AlkG.

- Erhöhte Monopolgebühr für Alcopops zur Bremsung des Konsums durch Jugendliche (E. 2a). Methoden der Auslegung (E. 2c).
- Die in Art. 23bis Abs. 2bis AlkG genannte «Süsse» eines Getränks ist ausgehend vom Gesetzeswortlaut grundsätzlich ein eigenständiges Kriterium für die Anwendung dieser Bestimmung und wird nicht allein durch den ebenfalls erforderlichen Mindestzuckeranteil von 50 Gramm pro Liter definiert. Auch die Auslegung nach der historischen Methode führt zu diesem Schluss; der Gesetzgeber wollte nicht Getränke mit einem bestimmten Mindestgehalt an Zucker, sondern süss schmeckende Getränke erfassen (E. 3).
- Die degustative Prüfung des vorliegenden Aperitifgetränks ergibt den vorherrschenden geschmacklichen Eindruck der Bitterkeit und nicht der Süsse. Somit unterliegt das Produkt nicht dem Sondersteuersatz (E. 4a und b). Überdies erfüllt dieses Getränk keines der für Alcopops charakteristischen Merkmale, und der Gesetzgeber hat mit der fraglichen Regelung nicht derartige Produkte anvisiert (E. 4b).

Droits de monopole en matière d'alcool. Alcopops. Méthodes d'interprétation.

Art. 23bis al. 2bis Lalc.

- Droits de monopole en matière d'alcopops augmentés pour en limiter la consommation par les jeunes (consid. 2a). Méthodes d'interprétation (consid. 2c).
- La dénomination «sucrée» d'une boisson ressortant de l'art. 23bis al. 2bis Lalc est largement, selon le texte de la loi, un critère indépendant pour l'application de cette disposition et ne doit pas être définie seulement par la teneur minimale exigée en sucre de 50 grammes par litre. L'interprétation historique conduit également à la même conclusion; le législateur ne voulait pas que soient comprises les boissons avec une certaine teneur déterminée et minimale en sucre, mais bien les boissons ayant un goût sucré (consid. 3).
- La dégustation de la boisson d'apéritif en cause laisse une impression de goût amer et non sucré, de telle sorte que le produit n'est pas soumis au taux d'imposition spécial (consid. 4a et b). Au surplus, cette boisson ne remplit aucun des signes caractéristiques des alcopops et le législateur n'a pas visé avec la réglementation litigieuse un tel produit (consid. 4b).

Imposta di monopolio in materia di alcool. Alcopops. Metodi di interpretazione.

Art. 23bis cpv. 2bis LAlc.

- Le imposte di monopolio sono state aumentate per gli alcopops per frenarne il consumo da parte dei giovani (consid. 2a). Metodi di interpretazione (consid. 2c).
- In linea di principio, sulla base del testo di legge, la «dolcezza» di una bevanda, menzionata all' art. 23bis cpv. 2bis LAlc, è un criterio indipendente per l'applicazione di questa disposizione e non viene definito solo attraverso il contenuto minimo di zucchero di 50 grammi al litro. Anche l'interpretazione secondo il metodo storico porta a questa conclusione; il legislatore non intendeva colpire le bevande con un contenuto minimo di zucchero, bensì bevande dal sapore dolce (consid. 3).
- La degustazione della bevanda d'aperitivo in questione lascia l'impressione di un sapore amaro dominante e non di un sapore dolce. Il prodotto non soggiace quindi al tasso d'imposizione speciale (consid. 4a e b). Inoltre, la bevanda non ha nessuna delle caratteristiche degli alcopops e con la regolamentazione in oggetto il legislatore non si riferiva a prodotti del genere (consid. 4b).

Zusammenfassung des Sachverhalts:

A. Im März 2004 erhob die Eidgenössische Alkoholverwaltung (EAV) bei der Firma A. (per 1. Juli 2004 von der X. AG übernommen) ein Muster des von dieser importierten Produktes «Y». Mit Untersuchungsbericht vom 31. März 2004 stellte das Labor der Fachorganisation Chemische Analysen & Forschung (im Folgenden: CAF) der EAV fest, dass «Y» einen Alkoholgehalt von 10,9 Volumenprozent und einen Zuckergehalt von 223,2g/l aufweise und der Zusatz von Alkohol nachweisbar sei. Nach Beurteilung des CAF erfülle «Y» die Anforderungen von Art. 22 Abs. 1 Bst. g der Lebensmittelverordnung vom 1. März 1995 (LMV, SR 817.02). Die EAV orientierte die A. mit Schreiben vom 16. April 2004 über das Ergebnis der Laboruntersuchung und teilte dieser mit, dass «Y» als Alcopop zu qualifizieren sei und gemäss Art. 23bis Abs. 2bis des Bundesgesetzes vom 21. Juli 1932 über die gebrannten Wasser (Alkoholgesetz [AlkG], SR 680) bei der Einfuhr der um 300 Prozent erhöhten Monopolgebühr unterliege. Mit Schreiben vom 6. Mai 2004 (...) ersuchte die X. AG die EAV, ihren Entscheid nochmals zu überprüfen und gegebenenfalls eine beschwerdefähige Verfügung zu erlassen.

B. Mit Verfügung vom 8. Juni 2004 hielt die EAV an der Qualifikation von «Y» als Alcopop im Sinne von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG fest, weshalb das Produkt der Sondersteuer von Fr. 116.- je Liter Alkohol unterliege. Zur Begründung ihres Entscheides führte die EAV aus, aufgrund der durchgeführten Analyse stehe fest, dass «Y» ein Produkt sei, das Trinksprit enthalte sowie einen Alkoholgehalt von 10,9 Volumenprozent und einen Zuckergehalt von 32,2g/l aufweise. «Y» habe einen Geruch nach Zitrus mit würziger Nebennote und einen schwach süssen Geschmack mit leicht bitterem Nachgeschmack. Es werde konsumfertig gemischt in einer Flasche vertrieben. Damit erfülle es sämtliche in Art. 23bis Abs. 2bis AlkG genannten Kriterien. Demgegenüber sei die lebensmittelrechtliche Einstufung eines Produktes nicht relevant.

C. Gegen diesen Entscheid führt die X. AG (Beschwerdeführerin) am 8. Juli 2004 bei der Eidgenössischen Alkoholrekurskommission (ALKRK) Beschwerde und beantragt dessen Aufhebung sowie die Feststellung, dass das Produkt «Y» kein Alcopop im Sinne von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG sei und folglich nicht der Sondersteuer von Fr. 116.- je Liter Alkohol unterliege. Zur Begründung führt die Beschwerdeführerin unter anderem aus, (...) das Getränk sei zwar gesüsst, im Vordergrund

stehe aber ganz klar die für Aperitifs typische bittere Note. Damit unterscheide sich «Y» geschmacklich ganz entscheidend von den Süssgetränken im Sinne der neuen Gesetzesbestimmung. «Y» könne aber auch nicht als konsumfertig gemischt qualifiziert werden. (...) «Y» spreche aufgrund seines süss-bitteren Geschmacks nicht Jugendliche an, unterscheide sich als Aperitif auch funktionell ganz wesentlich von Alcopops und sei aufgrund seines Durchschnittspreises (...) für Jugendliche kaum interessant. Hinzu komme, dass für «Y» nur auf Handelsebene geworben werde. Auch das Erscheinungsbild der Flaschenetikette komme eher konservativ, sachlich und nüchtern daher. Schliesslich werde «Y» in der Schweiz schon seit Jahrzehnten vertrieben und konsumiert, ohne dass es je in

Zusammenhang mit Alkoholproblemen von Jugendlichen gebracht worden wäre. Die für Alcopops charakteristischen Merkmale seien nicht erfüllt, die Unterstellung unter die Sondersteuer von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG erweise sich deshalb als bundesrechtswidrig.

D. Mit Vernehmlassung vom 23. September 2004 beantragt die EAV die Abweisung der Beschwerde. Die EAV bringt namentlich vor, dem Begriff «süsse» gebrannte Wasser komme keine selbständige Bedeutung zu. Die Süsse eines Getränks werde vielmehr über den Zuckergehalt definiert. Damit ein gebranntes Wasser als süss bezeichnet werden könne, müsse es gemäss Art. 23bis Abs. 2bis AlkG einen Zuckergehalt von mindestens 50g/l aufweisen. Dieses Kriterium sei vorliegend erfüllt. Ebenso müsse «Y» als «konsumfertig gemischt» qualifiziert werden. Somit entspreche «Y» allen Definitionskriterien gemäss Art. 23bis Abs. 2bis AlkG. Nach dem Grundsatz der Gesetzmässigkeit, einem fundamentalen Prinzip des Verwaltungsrechts, sei die EAV deshalb verpflichtet, «Y» dem Sondersteuersatz zu unterstellen.

Aus den Erwägungen:

1. (...)

2.a. Die vorliegend strittige Erhebung einer Monopolgebühr stützt sich auf Art. 23bis Abs. 2bis AlkG. Diese Bestimmung trat per 1. Februar 2004 in Kraft. Mit ihr sollte dem steigenden Konsum von so genannten Alcopops durch Jugendliche und Kinder entgegengetreten werden. Alcopops sind alkoholhaltige Süssgetränke, in denen der Alkohol geschmacklich durch die Süsse überdeckt wird. Erstes Zielpublikum sind deshalb Jugendliche und insbesondere junge Frauen, die häufig den Geschmack von Wein und Bier nicht schätzen. Nachdem der Konsum dieser Produkte massiv angestiegen war, sollten Alcopops einer um 300% erhöhten Sondersteuer unterstellt werden, da verschiedene wissenschaftliche Studien gezeigt hatten, dass eine Besteuerung alkoholischer Getränke insbesondere bei Jugendlichen das wirksamste Mittel zur Bremsung des Konsums darstellt (Botschaft des Bundesrates vom 26. Februar 2003 in BBl 2003 II 2170 ff.).

b. Strittig ist vorliegend die Auslegung von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG. Zum einen sind sich die Beschwerdeführerin und die EAV uneinig darüber, ob dem Adjektiv «süsse» (gebrannte Wasser) eine eigenständige Bedeutung zukomme. Umstritten ist weiter die Definition des Begriffs «konsumfertig gemischt».

c. Ursache einer Verletzung von Bundesrecht können die falsche Ermittlung des massgeblichen Rechts, die unzutreffende Auslegung oder die unrichtige Anwendung eines Rechtssatzes auf einen bestimmten Sachverhalt sein. Ob dies der Fall ist, ergibt sich aus einer umfassenden Überprüfung der von der Vorinstanz vorgenommenen Auslegung des Rechtssatzes. Für die Normen des Verwaltungsrechts gelten dabei die üblichen Methoden der Gesetzesauslegung. Zur Anwendung gelangen also die grammatikalische, die historische, die zeitgemässe, die systematische und die teleologische Auslegungsmethode (BGE 128 I 291 E. 2.4, BGE 128 II 62 E. 4). Das Bundesgericht folgt dabei einem pragmatischen Methodenpluralismus und lehnt es ab, die einzelnen Auslegungselemente einer Prioritätsordnung zu unterstellen (BGE 130 III 82 E. 4, BGE 127 III 322 E. 2b). Ziel der Auslegung ist die Ermittlung des Sinngehalts der Norm. Das Gesetz muss in erster Linie aus sich selbst heraus, d. h. nach Wortlaut, Sinn und Zweck und den ihm zugrundeliegenden Wertungen auf der Basis einer teleologischen Verständnismethode ausgelegt werden (BGE 128 I 40 E. 3b, BGE 125 II 117 E. 3a). Ausgangspunkt jeder Auslegung bildet der Wortlaut der Bestimmung. Ist der Text nicht ganz

klar und sind verschiedene Interpretationen möglich, so muss nach seiner wahren Tragweite gesucht werden unter Berücksichtigung aller Auslegungselemente; dabei kommt es namentlich auf den Zweck der Regelung, die dem Text zugrundeliegenden Wertungen sowie auf den Sinnzusammenhang an, in dem die Norm steht. Die Gesetzesmaterialien sind zwar nicht unmittelbar entscheidend, dienen aber als Hilfsmittel, den Sinn der Norm zu erkennen (BGE 129 II 118 E. 3.1). Gegen den klaren, d. h. eindeutigen und unmissverständlichen Wortlaut lässt das Bundesgericht eine Auslegung zu, wenn triftige Gründe dafür vorliegen, dass der Wortlaut nicht den wahren Sinn der Bestimmung wiedergibt (BGE 128 V 7 E. 3a).

3.a. Nach dem Wortlaut des Gesetzes wird die Steuer um 300 Prozent erhöht für «süsse gebrannte Wasser [...], die mindestens 50 Gramm Zucker pro Liter [...] enthalten». Der Umstand, dass der Gesetzestext das Adjektiv «süss» ausdrücklich erwähnt, lässt grundsätzlich darauf schliessen, dass diesem Begriff eine eigenständige Bedeutung zukommt und damit eine charakteristische Eigenschaft der dieser Bestimmung unterstehenden Produkte

umschrieben werden soll. Sofern 50 Gramm Zucker pro Liter stets bewirken würden, dass ein Getränk als süss empfunden wird, hätte man sich darauf beschränken können, den minimalen Zuckergehalt festzulegen. Dass der Begriff «süss» nicht objektiv definiert werden kann, sondern subjektiv verschieden wahrgenommen wird, macht diesen als Definitionskriterium nicht ungeeignet. So ist zum Beispiel auch der in Art. 28 Abs. 1 AlkG verwendete Begriff der gebrannten Wasser «zu Trink- und Genusszwecken» letztlich nicht allein objektiv verifizierbar, können doch die subjektiven Meinungen darüber, was noch trink- bzw. geniessbar ist, durchaus unterschiedlich sein.

Ausgehend vom Gesetzeswortlaut ist daher davon auszugehen, dass die Süsse eines Getränks grundsätzlich ein eigenständiges Kriterium für die Anwendung von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG darstellt und nicht allein durch den Mindestzuckergehalt von 50 Gramm pro Liter definiert wird.

b. Diese sich aufgrund des Wortlauts des Gesetzes ergebende Auslegung wird durch die Materialien bestätigt. In seiner Botschaft vom 26. Februar 2003 (BBl 2003 II 2170 ff.) führte der Bundesrat aus, dass die Spirituosenanbieter immer neue Märkte erschliessen und neue Konsumentinnen und Konsumenten finden wollten. In einem Süssgetränk sei der Alkohol fast nicht spürbar. Die besondere Gefährlichkeit der Alcopops bestehe darin, dass sie ein jugendliches Publikum ansprechen würden, das an süsse Getränke gewohnt sei und den Geschmack traditioneller alkoholischer Getränke kaum liebe (BBl 2003 II 2176). Auch in den parlamentarischen Beratungen wurde der Umstand, dass es sich bei den mit Art. 23bis Abs. 2bis AlkG anvisierten Produkten um süsse Getränke handelte, stets explizit hervorgehoben. So führte Ständerat Eugen David als Sprecher der ständerätlichen Kommission aus, bei diesen Getränken sei die Gefahr deswegen besonders gross, weil sie einen Süssgehalt aufwiesen (AB 2003 S 672). Bundesrat Kaspar Villiger verwies im Verlauf der ständerätlichen Debatte darauf, dass diese verführerischen Getränke

süss seien und damit Kinder in Versuchung führen und schon früh an den Alkoholkonsum gewöhnen könnten (AB 2003 S 674). Auch

Nationalrätin Lucrezia Meier-Schatz legte in ihrem Votum für die nationalrätliche Kommission dar, die Gefahr der Alcopops bestehe darin, dass diese süss seien und damit vor allem Kinder und junge Menschen ansprechen würden (AB 2003 N 1543 f.). In verschiedenen weiteren Voten wurde auf die in der Süssigkeit dieser Getränke liegende Gefahr hingewiesen. Nationalrat Jacques-Simon Eggly meinte dazu sogar: «Mon Dieu, le danger viendrait de la douceur!» (AB 2003 N 1548).

c. Die Auslegung von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG nach dem Wortlaut wie auch nach der historischen und der teleologischen Methode führt somit zum Schluss, dass die Süsse eines Getränkes ein eigenständiges Kriterium darstellt. Der Gesetzgeber wollte mit dieser Bestimmung nicht generell Getränke mit einem bestimmten Mindestgehalt an Zucker, sondern süss schmeckende Getränke erfassen.

4.a. Eine degustative Prüfung des Produkts «Y» ergibt, dass dieses eine deutlich wahrnehmbare Bitternote aufweist, welche schon beim blossen Riechen wahrzunehmen ist. Der vorherrschende geschmackliche Eindruck ist sodann nicht Süsse, sondern Bitterkeit, auch wenn diese nicht ganz so ausgeprägt ist wie bei vielen anderen Aperitifgetränken. Trotz des hohen Zuckergehaltes von 232,2g/l kann «Y» höchstens als schwach süss bezeichnet werden. Dies deckt sich denn auch mit der Beurteilung durch das CAF in seinem Untersuchungsbericht vom 31. März 2004. Es ist daher nicht davon auszugehen, dass «Y» wie ein Süssgetränk unverdünnt in grösseren Mengen getrunken wird.

b. Somit kann «Y» nicht der Regelung von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG unterstellt werden, fehlt doch eine für die Anwendung dieser Gesetzesbestimmung massgebende Voraussetzung. Damit erübrigt sich auch die Beurteilung der Frage, ob das Produkt als «konsumfertig gemischt» zu qualifizieren ist. Ganz allgemein ist zudem festzuhalten, dass der Gesetzgeber mit der Regelung von Art. 23bis Abs. 2bis AlkG nicht Produkte wie «Y» anvisierte. Erfasst werden sollten einzig die so genannten Alcopops in den bekannten, aber auch in künftigen neuen Erscheinungsformen. Auch wenn nicht auszuschliessen ist, dass in vereinzelten Fällen allenfalls Abgrenzungsschwierigkeiten zwischen Alcopops und anderen Getränken entstehen könnten, ist doch offensichtlich, dass «Y» keines der für Alcopops charakteristischen Merkmale erfüllt. So entspricht seine gesamte Aufmachung nicht einem Alcopop, sondern will augenscheinlich ein ganz anderes Käufersegment als Jugendliche ansprechen. Ebenso ist der Preis von Fr. 14.50 pro Flasche (ohne erhöhte Monopolgebühr) für jugendliche Konsumenten mit ihrem ausgeprägten Preisbewusstsein kaum attraktiv. Schliesslich sprechen auch der Umstand, dass «Y» schon seit Jahrzehnten auf dem Markt erhältlich ist, die Art und Weise

seines Vertriebs sowie die fehlende Werbung auf Konsumentenebene gegen eine Qualifikation von «Y» als Alcopop (vgl. dazu den Entscheid der ALKRK vom 8. Juni 2000, veröffentlicht in VPB 64.115).

5. Die Beschwerde ist demnach gutzuheissen, der Entscheid der EAV vom 8. Juli 2004 aufzuheben und festzustellen, dass «Y» der um 300% erhöhten Steuer gemäss Art. 23bis Abs. 2bis AlkG nicht unterliegt. (...)

Dokumente der ALKRK