

Kommunikationskodex der österreichischen Brauwirtschaft

Der Verband der Brauereien Österreichs blickt auf eine langjährige Tradition zurück, in der die Werte Verantwortung, Genuss und Qualität stets höchsten Rang eingenommen haben. Gleichzeitig unterstützen wir konsequenter Weise Innovationen in Produktion, Vertrieb und Marketing, wenn sie diesen Grundwerten gerecht werden. Die immer wieder auftretende gesellschafts- und gesundheitspolitische Diskussion über die Vermarktung alkoholischer Getränke stellt für den Verband der Brauereien einen wichtigen Anlass dar, hier offen und eindeutig Stellung zu beziehen – auch wenn Bier unter den Genussmitteln den geringsten Alkoholgehalt aufweist.

Grundsätzlich gehen wir davon aus, dass die Konsumenten als erwachsene, mündige Bürger ihr Leben in eigener Verantwortung gestalten. Wir stehen hinter den gesetzlichen Regelungen zur Verhinderung von Missbrauch. Für die Bewerbung alkoholhaltiger Getränke gibt es in Österreich, wie auch in vielen anderen Ländern, zwei Richtlinien an die sich die Werbewirtschaft halten muss: einerseits gesetzlich verankerte Vorschriften und andererseits Selbstbeschränkungsrichtlinien des österreichischen Werberats. Wir als österreichische Brauer haben für uns jedoch noch einen dritten Schritt gesetzt: Die vorliegende Broschüre beinhaltet den selbst auferlegten Verhaltenskodex der österreichischen Brauwirtschaft bezüglich Kommunikation und Werbung. Der Verband der Brauereien bindet sich darin gemeinsam mit all seinen Mitgliedern an klar definierte Grundsätze.

Werbung muss sich im Zusammenhang mit Alkohol ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst sein.

Dies gilt ungeachtet des legitimen Bekenntnisses der Werbewirtschaft zu einem freien und gesunden Wettbewerb und ungeachtet der Tatsache, dass der maßvolle Konsum von alkoholischen Getränken durchaus positive Wirkungen haben und das Leben der Menschen bereichern kann. Wir möchten mit vorliegendem Kommunikationskodex unsere Verantwortung im Sinne einer gewissenhaften Kommunikationslinie unterstreichen. Wir bekennen uns ausnahmslos zu einem verantwortungsvollen Umgang mit dem alkoholhaltigen Genussmittel Bier und zu konsequentem Auftreten gegen jegliches schädliche und missbräuchliche Konsumverhalten.

Im Namen der österreichischen Brauwirtschaft

VERBAND DER BRAUEREIEN ÖSTERREICHS

Der Obmann:

Die Geschäftsführerin:

Dipl. Ing. Dr. Markus Liebl

Mag. Jutta Kaufmann-Kerschbaum

› Medieninhaber und Herausgeber:
VERBAND DER BRAUEREIEN ÖSTERREICHS
1030 Wien, Zaunergasse 1-3
Tel. +43 (0)1 7131505 Fax +43 (0)1 7133946
getraenke@dielebensmittel.at www.bierserver.at

Kommunikations
der österreichischen **k o d e x**
Brauwirtschaft

Verband der Brauereien Österreichs



Per 01.03.2007 in Kraft.

Kommunikationskodex der österreichischen Brauwirtschaft

Bier ist ein wesentlicher Teil der österreichischen Genussskultur. Hergestellt aus **natürlichen Rohstoffen** ist Bier das **beliebteste Getränk** der Österreicher. Bier wird vom Konsumenten vorzugsweise in Gesellschaft, zum Essen, aber auch zur Erfrischung genossen.

Die österreichischen Brauer bekennen sich ausnahmslos zum **verantwortungsbewussten und moderaten Umgang** mit dem alkoholhaltigen Genussmittel Bier. Ebenso konsequent lehnen sie jeglichen Missbrauch ab und setzen sich seit jeher für Aktivitäten der **Aufklärung, Information und Prävention** zum Thema Alkoholmissbrauch ein. Um zu verhindern, dass Darstellungen oder Aussagen in der kommerziellen Kommunikation für Bier zum Missbrauch oder schädlichen Konsum oder als Ansprache von Kindern oder Jugendlichen missverstanden werden könnten, bekennen sich die österreichischen Brauer zu folgenden Verhaltensregeln, für deren Durchsetzung sie sich auch bei ihren Partnern in Vertrieb, Handel und Gastronomie einsetzen.

› Bierwerbung soll vom Grundsatz sozialer Verantwortung geprägt sein, muss gesetzlich zulässig sein und die gesetzlichen Normierungen strikt beachten, darf nicht gegen die allgemein anerkannten guten Sitten verstoßen und das Recht auf Schutz der Privatsphäre nicht verletzen.

› Marketing- und Informationsmaßnahmen der österreichischen Brauer sollen niemanden aufgrund seines Geschlechts, seiner Religion oder ethnischen Herkunft, seines Alters, seiner persönlichen Eigenheiten, politischen Meinung oder seiner sexuellen Orientierung diskriminieren.

› Bierwerbung soll den verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken fördern und Abstinenz oder Mäßigung nicht abwertend darstellen.

Im Sinne dieser Verhaltensregeln

› werden unter „Bier“ alkoholhaltiges Bier und alkoholhaltige Biermischgetränke (Radler), nicht aber alkoholfreies Bier und alkoholfreie Biermischgetränke (Radler) verstanden.

› umfasst „Bierwerbung“ den Einsatz aller Kommunikations- und Marketinginstrumente durch die Wirtschaft, wenn damit primär die Förderung des Absatzes von Waren oder Dienstleistungen verfolgt wird; nicht erfasst sind redaktionelle Medieninhalte.

› sind „Kinder und Jugendliche“ Personen unter 16 Jahren.

1. Kinder und Jugendliche

Die österreichischen Brauer unterstützen die Einhaltung der vom Gesetzgeber bestimmten Altersgrenze von 16 Jahren beim Konsum und bei der Abgabe von Bier.

› Bierwerbung soll Kinder und Jugendliche weder zum Trinken von Bier oder bierhaltigen Getränken auffordern, noch trinkende bzw. zum Trinken auffordernde Kinder und /oder Jugendliche zeigen.

› Bierwerbung soll nicht in Medien erfolgen, deren redaktioneller Teil sich mehrheitlich an Kinder und /oder Jugendliche richtet.

› Bierwerbung soll keine Aussagen enthalten, in denen Kinder und/oder Jugendliche als noch nicht alt genug für den Konsum alkoholhaltiger Getränke angesprochen und dadurch zum Trinken provoziert werden.

› Bierwerbung soll keine Personen darstellen, die aussagen, dass sie bereits als Kind oder Jugendlicher Bier konsumiert haben.

2. Missbrauch

› Bierwerbung soll nicht zu übermäßigem oder missbräuchlichem Bierkonsum ermutigen oder einen solchen Konsum verharmlosen.

› Bierwerbung soll keine Verbindung zwischen dem Konsum von Bier und gewalttätigen, aggressiven oder gefährlichen Verhaltensweisen darstellen.

› Ausschließlich mündige und verantwortungsbewusste Konsumenten sind gewünschte Konsumenten.

3. Sicherheit

› Bierwerbung soll keine Verbindung zwischen dem Konsum von Bier und dem Lenken von Fahrzeugen oder dem Bedienen von Maschinen herstellen.

› Bierwerbung soll sich keiner verharmlosenden Darstellungen bedienen und keinen Konsum von Bier in potenziell gefährlichen Situationen oder Situationen, die gegen Sicherheitsbestimmungen verstoßen, darstellen.

4. Gesundheit und Alkoholgehalt

› Bierwerbung soll keine Aussagen zur Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten enthalten.

› Bierwerbung soll nicht eine therapeutische, stimulierende oder konfliktlösende Wirkung von Alkohol suggerieren.

› Bierwerbung soll den Konsum von Bier nicht mit Schwangerschaft in Verbindung bringen.

› Bierwerbung soll nicht einen hohen Alkoholgehalt als positive Eigenschaft darstellen.

5. Leistungsfähigkeit

› Bierwerbung soll keine Aussagen enthalten, die auf eine Verbesserung der physischen und psychischen Leistungsfähigkeit durch den Konsum von Bier abzielen.

› Bierwerbung soll nicht den Eindruck erwecken, der Konsum von Bier fördere sexuellen Erfolg.

Die österreichischen Brauer setzen sich darüber hinaus aktiv dafür ein, dass über die Einhaltung der bestehenden gesetzlichen Bestimmungen hinaus ein missbräuchliches und schädliches Konsumverhalten verhindert wird und unterstützt daher seit jeher Aktivitäten der Aufklärung, der Information zum maßvollen Umgang mit dem gesunden Genussmittel Bier und der Prävention von Alkoholmissbrauch. Die Brauer waren und sind jederzeit bereit, sich im Rahmen sinnvoller Aktivitäten einzubringen und planen auch von sich aus weitere entsprechende Maßnahmen.

Ein Fachbeirat, zusammengesetzt aus Konsumentenvertretern, Lebensmittelrechtsexperten, Vertretern der Werbewirtschaft und der Lebensmittelindustrie, befasst sich mit sämtlichen den Kommunikationskodex betreffenden Agenden.