

EU-Werbepolitik - Alkoholhaltige Getränke

Nachdem die Tabakwerbung europaweit inzwischen fast vollständig untersagt ist, stehen nun die Hersteller alkoholhaltiger Getränke sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene im Fokus der Werbegegner. Restriktive gesetzliche Vorgaben fordert das Europäische Parlament, während die EU-Kommission ihre europaweite Alkoholstrategie aus dem Jahr 2006 zunächst im Wege vermeintlicher Selbstregulierung durchsetzen will.

Die Position des EU-Parlaments

In einer im Januar 2008 verabschiedeten Resolution zur EU-Kinderrechtsstrategie fordern die Abgeordneten des EU-Parlaments unter der Überschrift "Gesundheit" die EU-Kommission und die Mitgliedstaaten auf, „ihre Anstrengungen zur Bekämpfung alkoholbedingter Schäden bei Frauen und Kindern zu intensivieren“. Konkret fordern die Parlamentarier ein gesetzliches TV-Werbeverbot zwischen 6.00 und 21.00 Uhr, strengere Vorschriften für das Sponsoring von Sportveranstaltungen durch die Alkoholindustrie sowie ein Werbeverbot für alkoholische Erzeugnisse mit auf Kindern ausgerichteten Inhalten (Computerspiele, Comics).

Die Resolution zur EU-Kinderrechtsstrategie ist zwar nicht Teil eines Gesetzgebungsverfahrens. Die EU-Kommission wird jetzt allerdings weitere Maßnahmen einleiten, um die von ihr initiierte Strategie weiterzuentwickeln. Es ist nicht auszuschließen, dass sie die werbefeindlichen Anregungen des EU-Parlaments aufgreifen wird.

EU-Forum "Alkohol und Gesundheit"

In ihrer EU-Strategie „zur Unterstützung der Mitgliedstaaten bei der Verringerung alkoholbedingter Schäden“ definierte die Kommission im Oktober 2006 verschiedene Aktionsfelder, „in denen mit Priorität Maßnahmen zu ergreifen sind, um den Auswirkungen gesundheitsschädlichen Alkoholkonsums zu begegnen“. Dazu gehört nach Meinung der Kommission auch die kommerzielle Kommunikation der Hersteller alkoholhaltiger Getränke. In diesem Bereich sieht die Behörde Handlungsbedarf auf Grund von "unverantwortlichen Marketingaktivitäten" der Branche.

Zur Umsetzung ihrer Vorstellungen in der EU-Alkohol-Strategie hat die zuständige Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz ein breit angelegtes Alkohol- und Gesundheitsforum einberufen. Mitglieder des Forums sind neben den Vertretern der EU-Kommission und der Industrie Nicht-Regierungsorganisationen aus dem Gesundheits- und Jugendbereich. Das Europäische Parlament, die EU-Mitgliedstaaten und die Weltgesundheitsorganisation (WHO) haben lediglich einen Beobachterstatus.

Innerhalb des Forums beschäftigt sich eine spezielle Arbeitsgruppe mit dem Thema "kommerzielle Kommunikation". Bedingung für die Teilnahme sowohl an dem Forum als auch in der Arbeitsgruppe ist die vorher von Vertretern der Wirtschaft und den Nicht-Regierungsorganisationen abzugebende Erklärung, Zugeständnisse im Sinne

der EU-Kommission zu machen. Seit Mitte Dezember 2007 liegen 73 entsprechende Erklärungen vor (sog. "commitments").

Der ZAW hat sich im Verlauf der Beratungen des Forums gegen einen EU-weit einheitlichen Kodex zur Alkoholwerbung ausgesprochen. Auch in diesem Zusammenhang trifft die von der EU-Kommission selbst in der Alkohol-Strategie getroffene Feststellung zu, dass es in den Mitgliedstaaten unterschiedliche Gegebenheiten in Bezug auf den Umgang mit alkoholhaltigen Getränken gibt. Dies gilt nicht nur für kulturelle Gewohnheiten, sondern auch im Hinblick auf national rechtlich und selbstdisziplinär für Alkoholwerbung gezogene Grenzen. Vor diesem Hintergrund ist eine EU-weit harmonisierende Vorgabe weder als gesetzliche noch als selbstdisziplinäre Regelung sachgerecht.

Der ZAW, der über seinen europäischen Zusammenschluss „Advertising Information Group“ in dem EU-Forum vertreten ist, machte außerdem deutlich, dass sich mit Werbeverboten das menschliche Verhalten nicht ändern oder steuern lässt. Überall dort, wo Werbung verboten wurde, hat sich an auftretenden Phänomenen des Missbrauchs von Produkten und den daraus resultierenden Folgen gesundheitsschädlichen Konsums nichts geändert.

Das EU-Forum Alkohol und Gesundheit ist auf einen längeren Zeitraum angelegt. Mit ersten konkreten Umsetzungsempfehlungen wird in Brüssel nicht vor Ablauf dieses Jahres gerechnet.

| ZAW - Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. |
| Am Weidendamm 1A | 10117 Berlin | Tel.: +49 30 590099-700 | Fax: +49 30
590099-722 | E-Mail: zaw@zaw.de |