Arbeitsblatt

Alkoholwerbung

In Deutschland werden pro Jahr mehr als eine halbe Milliarde Euro für Alkoholwerbung ausgegeben, davon weit über die Hälfte für Biergetränke. Im Bereich der Tabakwaren ist Fernseh- und Radiowerbung bereits seit 1975 verboten und Kinowerbung seit 2003 eingeschränkt. Über ein mögliches Alkoholwerbeverbot wird seit Jahren diskutiert. Wie ist die aktuelle Gesetzeslage? Welche Argumente haben Befürworter und Gegner eines Werbeverbots?

Alkohol-Werbeslogans

„Cheers to life“

„Samtig. Naturtrüb. Lebendig. Erlebe alles!“

„Auf unsere Natur“

„Weil dein Geschmack verführt werden will.“

„ […] so vielseitig wie wir.“

„AUS DEM HERZEN DER NATUR.“

„Du bist mehr […] als du denkst!“

„Gönn dir einen Moment!“

Gesetzeslage in Deutschland

Der Deutsche Werberat, eine Selbstkontrolleinrichtung der Werbewirtschaft, hat Verhaltensregeln für das Werbeverhalten aufgestellt. An diese Selbstverpflichtungen soll sich die Branche in Deutschland über alle Medien hinweg halten. Außerdem gibt es gesetzliche Regelungen, welche die Werbefreiheit für alkoholische Getränke, vor allem im Zusammenhang mit Kindern und Jugendlichen, einschränken. So verbietet zum Beispiel der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, dass sich Alkoholwerbung direkt an Kinder und Jugendliche wendet.

Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft, Deutscher Bundestag

Richtlinie des Europäischen Parlaments

Die EU-Richtlinie 2010/13/EU nennt im Kapitel VII Art. 22 für Fernsehwerbung und Teleshopping in Bezug auf alkoholische Getränke folgende Kriterien:

a) Minderjährige dürfen weder Adressaten der Werbung sein, noch dürfen sie beim Alkoholkonsum gezeigt werden;

b) Alkoholkonsum und verbesserte physische Verfassung sowie Alkoholkonsum und das Führen von Kraftfahrzeugen sind nicht zu zeigen;

c) keine Darstellung des Erzielens sozialer oder sexueller Erfolge durch Alkohol;

d) die Wirkung von Alkohol darf weder als therapeutisch noch als stimulierend, beruhigend oder konfliktlösend gezeigt werden;

e) übermäßiger Genuss ist ebenso wenig abzubilden wie die negative Darstellung von Alkoholverzicht;

f) die Höhe des Alkoholgehalts darf nicht positiv herausgestellt werden.

Quelle: Amtsblatt der Europäischen Union. Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010, Seite 19.

Meinungen

Pro Alkoholverbot

Alkoholrisiken werden verharmlost:
„Der Alkoholkonsum fordert Jahr für Jahr rund 74.000 Todesopfer allein in Deutschland. […] Wir brauchen ein Werbeverbot für alkoholhaltige Getränke.“
Dr. Klaus Reinhardt, Präsident der Bundesärztekammer

Alkohol ist Krebsauslöser:
„Minderjährige [müssen] unter anderem in der digitalen Umgebung vor auf den Alkoholkonsum ausgerichteten Werbebotschaften sowie vor Produktplatzierungen und Sponsoring durch Alkoholmarken geschützt werden […].“
Sonderausschuss zur Krebsbekämpfung der Europäischen Kommission

Kontra Alkoholverbot

Partnerschaft zwischen Brauereien und Vereinen:
„Der Fußball [ist] massiv abhängig vom Geld der Brauereien […], ein Alkoholwerbeverbot würde den Fußball zerstören.“
Sportschau.de: Westhoff, Shea und Hildebrandt, Paul J.: Fußball und Bier – Perfekte Partner

Selbstkontrolle reicht aus:
„Die Werbewirtschaft übernimmt […] eigenständig Verantwortung. Durch die selbstauferlegten Regeln wird medienübergreifend sichergestellt, dass insbesondere keine Ansprache von Minderjährigen erfolgt und übermäßiger Konsum nicht gefördert wird.“
Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft

Zum Weiterdenken

1. Sortiere die obenstehenden Werbeslogans auf der ersten Seite und charakterisiere sie. Stelle dabei auch Gemeinsamkeiten und Unterschiede heraus.
2. Notiere eine Woche lang, in welchen Situationen dir Werbung für alkoholische Getränke und andere Produkte, die Alkohol enthalten, begegnen (zum Beispiel in Serien, auf Plakaten, im Internet). Vergleiche die Ergebnisse mit denen der anderen in deiner Gruppe.
3. Erörtere, ob ein Werbeverbot für alkoholische Getränke sinnvoll ist oder nicht, oder inwieweit in Werbung integrierte Warnungen (ähnlich den Bildern auf Zigarettenpackungen) ausreichen würden.
4. Rollenspiel: Im Freundeskreis wird Alkohol getrunken, aber eine/einer will dabei nicht mitmachen. Denkt euch unterschiedliche Wendungen (positiv oder negativ), Argumente und Charaktere aus. Spielt eure Szene vor und diskutiert darüber.

Zum Weiterklicken

Zahlen und Fakten: Werbeausgaben für alkoholhaltige Getränke:
kenn-dein-limit.de/alkoholkonsum/zahlen-und-grafiken/werbeausgaben-fuer-alkohol

Aktionsbündnis des Bundesinstituts für Öffentliche Gesundheit mit Sportverbänden:
alkoholfrei-sport-geniessen.de