

Berlin, 27. März 2025

Keine weiteren Werbeverbote für Brauereien

Sehr geehrte/r,

im Rahmen der laufenden Koalitionsverhandlungen wird über ein von der SPD in die Arbeitsgruppe Familie eingebrachtes Werbeverbot für alkoholhaltige Getränke diskutiert. Die Verhandlungsführer der CDU/CSU haben diesen Vorschlag im Rahmen der Beratungen aus guten Gründen abgelehnt, die wir hier gerne noch einmal untermauern möchten.

Zahlreiche Studien und nationale Erhebungen belegen, dass der Alkoholkonsum in Deutschland – insbesondere bei Jugendlichen – seit Jahren deutlich rückläufig ist, und das ohne zusätzliche Werbeverbote. Nach Angaben des Bundesinstituts für öffentliche Gesundheit (ehemals BZgA) ist der Alkoholkonsum der unter 12- bis 17-Jährigen auf einem historischen Tiefstand. Knapp die Hälfte der jungen Menschen (49%) im Alter der „Generation Z“ (18 bis 24 Jahre) erklärte in einer YouGov-Befragung, gar keinen Alkohol zu trinken. Dies ist im EU-Vergleich der Höchstwert und zeigt, dass bestehende Regulierungen sowie Aufklärungs- und Präventionsmaßnahmen erfolgreich wirken.

Werbung für alkoholische Getränke ist in Deutschland durch gesetzliche und selbstdisziplinäre Vorgaben bereits deutlich eingeschränkt. Dies gilt offline und online, also beispielsweise auf Printmedien oder Plakaten wie auch im Fernsehen oder im Internet. Der Gesetzgeber hat klare Grenzen gezogen, insbesondere mit Blick auf die besondere Schutzbedürftigkeit von Kindern und Jugendlichen. Zusätzlich hat die deutsche Werbewirtschaft branchenübergreifende Kodizes aufgestellt. Diese Verhaltensregeln des Deutschen Werberats setzen der Werbung weitere Grenzen und werden von den Brauereien unterstützt und eingehalten.

Die handwerklich und mittelständisch geprägte Brauwirtschaft unterstützt aktiv den Kampf gegen Alkoholmissbrauch auch durch vielfältige Kampagnen wie DONT DRINK AND DRIVE. Wir sind der Überzeugung, dass Ziele wie weniger Missbrauch und stärkerer Jugendschutz durch andere Maßnahmen besser erreicht werden können als durch neue Werbeverbote. So haben sich zum Beispiel konsequente Kontrollen in Handel und Gastronomie als entscheidend für den Jugendschutz erwiesen.

Was in der Diskussion oft vergessen wird: Werbung und Sponsoring kommen auch den Regionen, Städten und Gemeinden zugute, in denen sich die knapp 1.500 deutschen Brauereien gesellschaftlich stark engagieren – sei es für den Breitensport in Vereinen, für soziale Projekte, für unabhängige Medien oder für ein breites kulturelles Angebot.

Völlig zu Recht hat daher die CDU Deutschlands auf ihrem Parteitag im Mai 2024 ein Bekenntnis gegen neue Werbeverbote beschlossen. Darin heißt es wörtlich, dass sich Werbeverbote als „unterkomplex“ erweisen – „sie sind Scheinlösungen und kein nachhaltiger Beitrag zur Bewältigung komplexer gesellschaftlicher Herausforderungen“. Die Wirtschaftspolitik der CDU stelle sicher, dass Produkte, die legal hergestellt und vertrieben werden, in diesem Rahmen auch beworben werden dürfen.

Wir möchten an Sie appellieren, sich in den laufenden Koalitionsgesprächen weiterhin gegen neue Werbeverbote einzusetzen.

Gerne stehen wir Ihnen und Ihren Mitarbeitern jederzeit für einen persönlichen Austausch zur Verfügung und übersenden weitere Informationen.

Mit freundlichen Grüßen
Deutscher Brauer-Bund e.V.

Berlin, 27. März 2025

Keine weiteren Werbeverbote für Brauereien

Sehr geehrte/r,

im Rahmen der laufenden Koalitionsverhandlungen wird über ein von der SPD in die Arbeitsgruppe Familie eingebrachtes Werbeverbot für alkoholhaltige Getränke diskutiert. Aus Sicht der deutschen Brauwirtschaft sprechen gute Gründe gegen diesen Vorschlag. Es ist uns wichtig, die Argumente an dieser Stelle noch einmal zu untermauern.

Zahlreiche Studien und nationale Erhebungen belegen, dass der **Alkoholkonsum in Deutschland insbesondere bei Jugendlichen seit Jahren deutlich rückläufig** ist, und das ohne zusätzliche Werbeverbote. Nach Angaben des Bundesinstituts für öffentliche Gesundheit (ehemals BZgA) ist der **Alkoholkonsum der unter 12- bis 17-Jährigen auf einem historischen Tiefstand**. Knapp die Hälfte der jungen Menschen (49%) im Alter der „Generation Z“ (18-24 Jahre) erklärte in einer YouGov-Befragung, gar keinen Alkohol zu trinken. Dies ist im EU-Vergleich der Höchstwert und zeigt, dass bestehende Regulierungen sowie Aufklärungs- und Präventionsmaßnahmen erfolgreich wirken.

Werbung für alkoholische Getränke ist in Deutschland durch gesetzliche und selbstdisziplinäre Vorgaben bereits deutlich eingeschränkt. Dies gilt offline und online, also beispielsweise auf Printmedien oder Plakaten wie auch im Fernsehen oder im Internet. Der Gesetzgeber hat klare Grenzen gezogen, insbesondere mit Blick auf die besondere Schutzbedürftigkeit von Kindern und Jugendlichen. Zusätzlich hat die deutsche Werbewirtschaft branchenübergreifende Kodizes aufgestellt. Diese Verhaltensregeln des Deutschen Werberats setzen der Werbung weitere Grenzen und werden von den Brauereien unterstützt und eingehalten.

Die handwerklich und mittelständisch geprägte Brauwirtschaft unterstützt aktiv den Kampf gegen Alkoholmissbrauch auch durch vielfältige Kampagnen wie DONT DRINK AND DRIVE. Wir sind der Überzeugung, dass Ziele wie weniger Missbrauch und stärkerer Jugendschutz durch andere Maßnahmen besser erreicht werden können als durch neue Werbeverbote. So haben sich zum Beispiel konsequente Kontrollen in Handel und Gastronomie als entscheidend für den Jugendschutz erwiesen.

Was in der Diskussion oft vergessen wird: **Werbung und Sponsoring kommen auch den Regionen, Städten und Gemeinden zugute**, in denen sich die knapp 1.500 deutschen Brauereien gesellschaftlich stark engagieren – sei es für den Breitensport in Vereinen, für soziale Projekte, für unabhängige Medien oder für ein breites kulturelles Angebot.

Auch der Seeheimer Kreis hat sich in der Vergangenheit immer wieder skeptisch gegenüber neuen Werbebeschränkungen gezeigt. Wir möchten an Sie appellieren, sich mit Blick auf die laufenden Koalitionsgespräche gegen weitere Werbeverbote einzusetzen.

Gerne stehen wir Ihnen und Ihren Mitarbeitern jederzeit für ein Gespräch zur Verfügung und übersenden bei Bedarf weitere Informationen.

Mit freundlichen Grüßen
Deutscher Brauer-Bund e.V.