



Verhaltenskodex des Schweizer Brauerei-Verbandes (SBV)

Einleitung

Unter Kommunikation ist, gemäss diesem Kodex, «sämtliche Markenwerbung oder kommerzielle Kommunikation, ungeachtet des verwendeten Kommunikationsträgers (z.B. Printmedien, Kino, elektronische Medien, Verpackung, Internet), inklusive Promotionen beim Konsumenten (z.B. Aktionen, Merchandising, Degustationen, Werbegegenstände, Sponsoring)» zu verstehen.

Zur Kommunikation gehören weder das Material ohne Werbecharakter noch die an die Medien, die öffentlichen Instanzen oder die Öffentlichkeit abgegebenen Erklärungen zu Anliegen von allgemeinem Interesse wie Risiken oder Vorteile im Zusammenhang mit dem Konsum von alkoholischen Getränken, noch die pädagogischen Aussagen betreffend den verantwortungsbewussten Alkoholkonsum oder die Rolle des Alkohols in der Gesellschaft.

Grundprinzip

Die Kommunikation muss der Gesetzgebung, der Wahrheit sowie den anerkannten Prinzipien des lautereren Wettbewerbs und der korrekten Geschäftspraktiken entsprechen.

1. Alkoholmissbrauch

Die Kommunikation darf weder einen übermässigen oder unvernünftigen Konsum fördern, noch Abstinenz oder massvollen Alkoholkonsum herabsetzen.

2. Minderjährige

2.1 Die Kommunikation darf sich weder spezifisch an Jugendliche unter 18 Jahren wenden noch Minderjährige beim Konsum von alkoholischen Getränken zeigen. Nicht erlaubt ist auch die Darstellung einer Person, die offensichtlich das Mündigkeitsalter noch nicht erreicht hat.

2.2 Die Kommunikation darf nicht in Medien veröffentlicht werden, die sich vorwiegend an Minderjährige richten.

2.3 Die Kommunikation darf nicht alkoholische Getränke bewerben in Medien, bei Veranstaltungen oder Anlässen, deren Publikum bekanntermassen hauptsächlich aus Minderjährigen unter 18 besteht.

3. Lenken von Fahrzeugen

Die Kommunikation darf nicht zum Alkoholkonsum im Zusammenhang mit dem Lenken von Motorfahrzeugen irgendwelcher Art auffordern.

4. Arbeitsplatz

Die Kommunikation darf den Alkoholkonsum nicht in Verbindung bringen mit dem Bedienen von potenziell gefährlichen Maschinen oder der Ausübung von potenziell gefährlichen Tätigkeiten.

5. Medizinische Aspekte

Die Kommunikation darf dem Alkohol keine vorbeugende, pflegende oder heilende Wirkung zuschreiben oder darauf anspielen.

6. Alkoholgehalt

Die Kommunikation kann dem Konsumenten Angaben über den Alkoholgehalt vermitteln, die aber nur informativ sein dürfen.

7. Leistungsfähigkeit

Die Kommunikation darf nicht den Eindruck erwecken, der Konsum von alkoholischen Getränken steigere die intellektuelle oder körperliche Leistungsfähigkeit, beispielsweise bei sportlicher Betätigung.

8. Gesellschaftliche und sexuelle Aspekte

Die Kommunikation darf nicht den Eindruck erwecken, der Konsum von alkoholischen Getränken sei unerlässlich für den gesellschaftlichen oder sexuellen Erfolg. Sie darf auf keinen Fall die menschliche Würde und Integrität angreifen. Sie darf auch nie mit gewalttätigem, aggressivem, gefährlichem oder asozialem Verhalten in Verbindung gebracht werden.

9. Musterabgabe

Es ist verboten, Minderjährigen unter 18 Jahren Muster von alkoholischen Getränken abzugeben.

10. Verpackung und Ausstattung

Die Produkte-Ausstattung alkoholischer Getränke soll deutlich auf den Alkoholgehalt des Produktes hinweisen. Bilder und graphische Ausführungen, die Minderjährige anspornen, alkoholische Getränke zu erwerben bzw. zu konsumieren, sind untersagt.

11. Werbeareal

Die Kommunikation ist verboten auf Arealen, die vorwiegend von Minderjährigen besucht werden, wie Primar- und Sekundarschulen, Realschulen, Gymnasien, Institute, Ferienkolonien, Freizeitzentren etc.

12. Werbeträger

Die Kommunikation ist verboten auf allen Gegenständen, die für Minderjährige bestimmt sind.

Einhaltung und Sanktionen

Die Mitglieder des SBV verpflichten sich, diesen Verhaltenskodex einzuhalten.

Verstöße gegen diesen Verhaltenskodex können von Mitbewerbern oder Dritten an den Vorstand des SBV gemeldet werden. Dieser kann die notwendigen Sanktionen erlassen, mit dem Ziel, die Einhaltung dieses Kodex sicher zu stellen.

Verabschiedet an der ordentlichen Generalversammlung vom 27. Mai 2005.



Alfred J. Bucher
Präsident



Konrad Studerus
Direktor