



30. Mai 2018

Werbung für alkoholische Getränke – was geht und was nicht?

Der Deutsche Werberat hat im Rahmen der Überarbeitung seiner Internetseite einen digitalen Leitfaden veröffentlicht, der die Verhaltensregeln der Werbebranche erstmals auch bildhaft mit nachgestellten Werbemotiven erläutert. Auf Basis der Erfahrungen von mehr als 45 Jahren Werbeselbstkontrolle wurden dafür rund 80 fiktive Werbemaßnahmen gestaltet. Anhand dieser Motive und den erläuternden Texten werden die von der Werbewirtschaft freiwillig gezogenen Grenzen anschaulich dargestellt.

Neben den generell geltenden „Grundregeln zur kommerziellen Kommunikation“, an die sich übrigens auch die Kommunikationsstandards von Wine in Moderation (WIM) anlehnen, werden einzelne Themen, darunter auch das Thema „Werbung von alkoholhaltigen Getränken“, erläutert und anschaulich gezeigt, was zulässig ist und was nicht.

Demnach sind Konsumszenen dann unproblematisch, wenn es erkennbar nicht um den Missbrauch alkoholhaltiger Getränke geht, sondern beispielsweise um ein geselliges Beisammensein oder ein gemeinsames Essen mit Freunden, bei dem auch Alkohol getrunken wird.

<https://www.werberat.de/alkoholhaltige-getranke>