

## Update Alkoholpolitik Februar 2021 (Stand 14.2.2021)

*Ein Kommentar von Dr. Rudolf Nickenig, Mitglied des Vorstands der Gesellschaft für Geschichte des Weines e.V.*

In der letzten Mitteilung hatten wir darauf aufmerksam gemacht, dass sich weltweit, katalysiert durch die Weltgesundheitsorganisation WHO, eine Welle gegen den Konsum alkoholischer Getränke aufbaut. Die Instrumente, die in diesem Zusammenhang diskutiert werden, erinnern an die schlimmsten Zeiten der Prohibition in den USA, die vor 101 Jahren in Kraft trat. Mit dem 18. Zusatzartikel zur Verfassung wurden im Januar 1920 Erzeugung, Verkauf und Transport von berauschenden Getränken in den gesamten USA verboten.

Die Fundamentalisten und politischen Aktivistinnen unter den Alkoholgegnern suchen aktuell nach immer neuen Vehikeln, um ihre Antialkoholpolitik zu begründen. In den letzten Monaten scheint der sog. Europa Plan gegen den Krebs ein geeignetes Transportmittel zu sein. Die EU-Kommission legte im Abschnitt 3.3 ihrer EU-Mitteilung offen, dass sie die Verringerung des Alkoholkonsums für einen wesentlichen Faktor für eine nachhaltige Krebsprävention betrachtet. Sie behauptete zwar, dass es ihr um eine Reduzierung des schädlichen Alkoholkonsums um mindestens 10% geht. In Wirklichkeit geht es ihr aber um eine Senkung des Alkoholkonsums in toto.

Denn die nachfolgenden Sätze ihrer Mitteilung sind entlarvend: „Darüber hinaus wird die Kommission die EU-Rechtsvorschriften für die Alkoholbesteuerung und für den grenzüberschreitenden Kauf von Alkohol durch Privatpersonen überarbeiten und sicherstellen, dass sie weiterhin dazu geeignet sind, das Ziel, öffentliche Einnahmen zu generieren, mit dem Ziel des Gesundheitsschutzes zu vereinbaren. [...] Darüber hinaus wird die Kommission ihre Absatzförderungsmaßnahmen für alkoholische Getränke überprüfen und zudem vor Ende 2023 eine verpflichtende Angabe der Liste von Inhaltsstoffen und der Nährwertdeklaration auf Etiketten alkoholischer Getränke und vor Ende 2023 von gesundheitsbezogenen Warnhinweisen auf Etiketten vorschlagen.“

Die wahre Dramatik dieser Ankündigung sollten die Weinhersteller und die Weinliebhaber erkennen, wenn sie die jüngsten Forderungen des WHO-Regionalbüros daneben legen: Nach Auffassung der WHO sind Marketing, Werbung und verkaufsfördernde Maßnahmen für alkoholische Getränke sehr besorgniserregend und würden sich an Jugendliche und Heranwachsende richten. Das Bewusstsein und die Akzeptanz für die negativen Auswirkungen des Alkoholkonsums auf die Gesundheit sowie Sicherheit der Bevölkerung sei gering. Entsprechend müsste die Bewerbung alkoholhaltiger Getränke strenger reguliert werden. Die WHO schlägt deshalb die folgenden Maßnahmen vor:

- Umsetzung von Strategien und Interventionen mit hoher Wirkung - Durchsetzung von Verboten oder umfassenden Beschränkungen für Alkoholwerbung, Sponsoring und Promotion.
- Advocacy, Bewusstsein und Engagement - vorgeschlagene Maßnahmen für internationale Partner und nichtstaatliche Akteure: Wirtschaftsakteure in relevanten Sektoren der Wirtschaft werden aufgefordert, Schritte zu unternehmen, um die Vermarktung und Werbung für alkoholische Produkte an Minderjährige zu unterbinden, auf die Förderung des Alkoholkonsums zu verzichten und gesundheitsfördernde Aussagen zu eliminieren bzw. zu verhindern.
- Partnerschaft, Dialog und Koordination - Die technischen Netzwerke und Plattformen sollten sich auf besonders herausfordernde technische Bereiche und Situationen konzentrieren, wie z. B. die Kontrolle von digitalem Marketing, Werbung in sozialen Medien oder die Reduzierung des schädlichen Alkoholkonsums in gesundheitlichen Notfällen wie der COVID-19-Pandemie.
- Ressourcenmobilisierung - Besteuerung von Alkoholwerbung zur Finanzierung von Initiativen zur Gesundheitsförderung.

Leider wird meines Erachtens derzeit in der Branche übersehen, dass der Staat zur Eindämmung von COVID Alkoholverbote einsetzt. Wenn staatliche Alkohol-Reglementierungen bei COVID Erfolg bringen, dann könnten interessierte Kreise argumentieren, dass dieser staatliche Instrumentenkasten (Verbote, höhere Steuern, Abgabebeschränkungen etc.) auch generell den bisherigen Präventionsmaßnahmen in der Alkoholpolitik vorzuziehen ist.

Und wer als Winzer oder Weinliebhaber nach diesen Informationen immer noch nicht erkennt, dass der Dachstuhl des Winzerhäuschens brennt, der müsste als Fernsehgucker in den letzten Monaten wach geworden sein:

Der sogar mit dem Sozialpreis 2018 ausgezeichnete ZDF-Dokumentarfilm „Volksdroge Alkohol - Der legale Rausch“ von Sanaz Saleh-Ebrahimi ist seit der Erstaussstrahlung am 22. Februar 2017 im ZDF erst kürzlich wieder auf mehreren Programmen gezeigt worden. Auf der ZDF-Internetseite ist zu lesen: „In der Dokumentation geht es um den übermäßigen Konsum von Alkohol in Deutschland, wodurch zehn Millionen Menschen hierzulande ihre Gesundheit gefährden. Die gesellschaftlichen Kosten: 60 Milliarden Euro im Jahr. Der Film blickt bei den Verhandlungen um schärfere Regelungen beim Alkohol zwischen Gesundheitsexperten und den zuständigen Bundesministerien hinter die Kulissen und beleuchtet, wie die Alkohol-Lobby Einfluss nimmt“. Und dann kommt die entscheidende Schlussfolgerung, die den Forderungen der WHO entspricht: „Dabei wäre klar, was passieren müsste: Höhere Preise, weniger Werbung - und Alkohol dürfte nicht mehr überall rund um die Uhr verkauft werden.“

Es ist nicht die einzige TV-Doku dieser Art. Im BR lief 2019: Volksdroge Alkohol – warum dürfen wir uns zu Tode trinken? Er hatte auf Youtube seit Januar 2019 über 720.000 Aufrufe. Die WDR-Doku Warum saufen wir so gerne? wurde seit März 2020 über 320.000mal aufgerufen. Es finden sich eine ganze Reihe solcher „Dokus“ bei Youtube, oft von den öffentlich-rechtlichen Sendern.

Es gibt einen völlig unterschätzten Antialkohol-Mainstream auch in den öffentlich-rechtlichen Medien, die sich wissenschaftlich geben, wie der allseits geschätzte gelehrte Arzt und Komiker/Zauberer Dr. Eckart von Hirschhausen. Wer sich richtig ärgern will über die flapsige Art von Hirschhausen, die Deutsche Weinakademie und ihren Wissenschaftlichen Beirat lächerlich zu machen – und dabei Unwahrheiten zu verbreiten, der sollte sich die letzten Minuten von Hirschhausens Sprechstunde vom 8. Februar 2021 „Lisa Ortgies und der Herzinfarkt“ Staffel 2, Folge 6 (45 Min.) ansehen (). Da wird zum Beispiel behauptet, dass die Deutsche Weinakademie eine Lancet-Studie, die die „Mär“ von den positiven Seiten des moderaten Weinkonsums entlarve, nicht zur Kenntnis nehme. Das Gegenteil ist der Fall: auf der Internetseite der DWA wird die Studie vorgestellt – und deren wissenschaftliche Mängel diskutiert. Auch viel beschäftigte, medizinisch angehauchte Medienstars sollten nicht nur abstracts lesen, sondern die gesamten Studien, zumindest lesen lassen. Die DWA hat zwar in einem Schreiben an Hirschhausen die Falschaussagen in seiner Sendung beanstandet, aber FakeNews wieder aus der Welt zu schaffen, ist viel schwieriger, als sie abzusetzen. Wenn TV-Stars sich – vor der Kamera – auf die Seite der Alkoholgegner mit unwahren Aussagen schlagen, dann darf das nicht einfach hingenommen werden, dann muss eine Flut von Protestschreiben an die öffentlich-rechtlichen Sender und an Leute wie Dr. med. Eckart von Hirschhausen rausgehen, die sowohl etwas von Wissenschaft, wie auch von Zauberei, vor allem aber etwas von Quoten und dem eigenen Geldbeutel verstehen.

## **Alkoholpolitik der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und ihre Auswirkungen auf die deutsche Gesundheitspolitik (Stand 26.11.2020)**

*Von Dr. Rudolf Nickenig, DWV-Generalsekretär i.R. und Mitglied des Vorstandes der Gesellschaft für Geschichte des Weines*

Zurzeit läuft das 13. Generalprogramm der Weltgesundheitsorganisation (WHO) 2019-2023. Die WHO will mit diesem Programm durch fünf sog. Plattformen zu einer besseren Gesundheit und einem besseren Wohlbefinden der Menschen auf der ganzen Welt beitragen. Die WHO will sich mit Herausforderungen auseinandersetzen, die die Aussicht auf ein gesundes Leben untergraben.

Die WHO hat das Ziel, Maßnahmen zur Verhinderung nichtübertragbarer Krankheiten (NCDs) zu verbessern und zu beschleunigen, denn die NCDs verursachen laut WHO jedes Jahr den Tod von 15 Millionen Menschen im Alter zwischen 30 und 70 Jahren. Bis 2023 will das WHO-Sekretariat die Länder dabei unterstützen, durch Prävention und Behandlung vorzeitige Todesfälle durch nichtübertragbare Krankheiten zu reduzieren und die psychische Gesundheit und das Wohlbefinden zu fördern. Ein Großteil der durch NCDs verursachten Morbidität - und der meisten vorzeitigen Todesfälle - kann laut WHO durch Maßnahmen zur Reduzierung der vier Hauptrisikofaktoren verhindert werden:

Tabakkonsum, schädlicher Alkoholkonsum, ungesunde Ernährung und körperliche Inaktivität. Präventionsbemühungen müssen mit einem gerechten Zugang zu einer wirksamen Behandlung von Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Krebs, Diabetes, chronischen Atemwegserkrankungen und psychischen Erkrankungen kombiniert werden.

### **Neuer WHO-Aktionsplan zur Reduzierung des schädlichen Alkoholkonsums**

Die Mitglieder des WHO-Exekutivrats verabschiedeten am 7. Februar 2020 nach mehreren Monaten Beratung den Entwurf einer Entschließung „Beschleunigte Aktion zur Reduktion des schädlichen Alkoholkonsums“. Die EU gehörte zu den Co-Unterstützern des Dokuments und betonte die Notwendigkeit, mehr zu tun, um den schädlichen Alkoholkonsum zu reduzieren.

Der Beschluss des WHO Executive Boards beinhaltet, in Absprache mit den Mitgliedstaaten und den relevanten Interessengruppen einen Aktionsplan (2022–2030) zu entwickeln, um die globale Strategie zur Verringerung des schädlichen Alkoholkonsums als Priorität für die öffentliche Gesundheit wirksam umzusetzen. Die 75. WHO-Versammlung soll hierüber während der 150. Sitzung des WHO-Exekutivrats im Jahr 2022 befinden.

### **Initiativen des Europäischen Regionalbüros der WHO – Beispiel Alkohol-Kennzeichnung**

Am 8. Juni organisierte WHO-EURO ein Online-Seminar zu einem neuen Bericht des Health Evidence Network betreffend der Alkoholkennzeichnung in der gesamten Europäischen Region.

Es wurden unter anderem folgende Themen angesprochen:

Die Gesetzgebung zur Kennzeichnung von Alkohol ist in der Europäischen Region der WHO im Vergleich zu Tabak oder Lebensmitteln uneinheitlich: 40% der Mitgliedstaaten haben Gesetze zur Auflistung von Inhaltsstoffen, 19% haben Vorschriften zur Angabe von Nährwerten, 28% haben Kennzeichnungsregeln für Gesundheitsinformationen oder für Warnhinweise (z.B. für schwangere Frauen und für Minderjährige, Warnhinweise betr. Autofahren oder allgemeinen Gesundheitsschäden). Europäische Nicht-EU-Länder haben strengere Regeln als EU-Mitgliedstaaten. Die meisten bestehenden Kennzeichnungsgesetze erfüllen nicht die Forderungen des Diskussionspapiers 2017 der WHO-EURO zu politischen Optionen für die Alkoholkennzeichnung, insbesondere in Bezug auf Schriftgröße, Les- und Sichtbarkeit.

Die existierenden freiwilligen Verpflichtungen der Industrie wurden teils kritisiert: Kritikpunkte waren die unterschiedlichen Regelungen für die verschiedenen alkoholischen Getränke sowie eine angeblich unzureichende transparente Überwachung. Sie entsprächen nicht den Empfehlungen der WHO. In dem neuen Bericht des Health Evidence Network zur Alkoholkennzeichnung wird unter anderem gefordert, dass die Alkoholkennzeichnung Teil eines größeren Pakets strenger alkoholbezogener politischer Maßnahmen wird. Das Papier fand teils starke politische Unterstützung sowie Rückendeckung von Verbraucherorganisationen.

Schlussfolgerungen des Online-Seminars: Es baut sich ein großer Druck auf, Verbraucher über alkoholbedingte Risiken durch Produktkennzeichnung intensiver zu informieren. Zu den Informationen sollten Nährwerte, Inhaltsstoffe und Gesundheitswarnungen gehören. Letztere sollten – so die Befürworter dieser Forderung – Hinweise auf mögliche durch Alkohol verursachte Schäden enthalten, die für die gesamte Bevölkerung, wie z. B. Krebs, oder nur für bestimmte Personengruppen (schwangere Frauen, Minderjährige, Autofahrer) relevant sind. Die WHO-EURO vertritt seit langem die Auffassung, dass die Gesetzgebung wirksamer als freiwillige Verpflichtungen sei.

Das WHO-Hauptquartier kündigte an, dass der Bericht Auswirkungen auf die Erstellung des Aktionsplans 2022 - 2030 zur wirksamen Umsetzung der derzeit in Vorbereitung befindlichen globalen Alkoholstrategie haben könnte.

### **WHO-Regionalbüro Europa fordert strenge Preis- und Steuerpolitik zur Reduzierung des Konsums alkoholischer Getränke**

Am 30. Juni 2020 hat das Regionalbüro der WHO in Europa (WHO-EURO) ein Online-Seminar zur Veröffentlichung des Berichts „Preisgestaltung für Alkohol in der Europäischen Region der WHO: Aktualisierung des Berichts über die Nachweise und empfohlenen politischen Maßnahmen (2020)“ durchgeführt. An diesem Seminar nahmen rund 100 Teilnehmer teil, darunter Mitarbeiter der WHO, Vertreter der nationalen Gesundheitsminister, der Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und der Wirtschaft. WHO-EURO betonte, dass der Bericht Ergebnis der Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten sei.

#### **Preis- und Steuerpolitik bei Alkohol**

WHO-EURO fordert effektivere politische Maßnahmen, da in der europäischen Region rund eine Million alkoholbedingte Todesfälle pro Jahr registriert würden. Der Bericht hebt hervor, dass der Einsatz einer Preis- und Steuerpolitik eines der wirksamsten Instrumente zur Reduzierung des Alkoholkonsums und der damit verbundenen Schäden sein sollte. Der Preis könne z.B. durch verschiedene Mechanismen wie Steuern, Verkaufsmonopole oder Mindeststückpreise (MUP) beeinflusst werden.

Die Besteuerung von Alkohol wird als der effektivste Mechanismus dargestellt, mit dem Regierungen die Alkoholpreise beeinflussen können. Hierbei soll die auf ein Produkt zu zahlende Steuer direkt proportional zu seinem Alkoholgehalt festgelegt werden. Die Festlegung von Mindestpreisen für Alkohol wird als Alternative oder Ergänzung zur Besteuerung genannt. Im Bericht wird betont, dass es belastbare Beweise aus

Schottland und Osteuropa gebe, dass diese Maßnahmen erfolgreich seien, um den Alkoholkonsum und die schädlichen Folgen zu reduzieren.

#### **Der Bericht kommt zu weiteren gravierenden politischen Empfehlungen:**

- Die Besteuerung von Alkohol sollte auf einer bestimmten Basis erhoben und an die Inflation gekoppelt werden, um sicherzustellen, dass die Preise im Laufe der Zeit nicht real fallen.
- Die Alkoholsteuersätze sollten grundsätzlich für alle Produkte weitgehend gleich sein.
- Den Mitgliedstaaten wird empfohlen, die Preispolitik für Alkohol als sehr effektives Instrument zu nutzen, um die volkswirtschaftliche Belastung durch Alkoholschäden in ganz Europa zu verringern.

Der Bericht bemängelt, dass die bisherigen EU-Richtlinien von den Mitgliedstaaten nicht in vollem Umfang für die Alkoholpolitik genutzt werden. Daher sei ein wirksamerer Ansatz - also direkt geltende EU-Verordnungen - für die Preispolitik erforderlich, um den durch Alkohol verursachten Schaden in der gesamten europäischen Region zu verringern.

Die Verfasser des Berichts kritisieren außerdem, dass Wein in vielen Ländern im Vergleich zu anderen alkoholischen Getränken weitgehend „unterbesteuert“ werde und dass die Alkoholsteuerstrukturen und die Besteuerung von Land zu Land unterschiedlich seien.

#### **WHO-Regionalbüro Europa fordert Beschränkung der Alkoholwerbung - Regulierungslücken werden vor allem im digitalen Alkoholmarketing beklagt**

Das WHO-Regionalbüro Europa (WHO-EURO) hat im Juli 2020 ein Online-Seminar durchgeführt, an dem Vertreter der WHO, der NGO's und der Industrie teilnahmen, um insbesondere das digitale Marketing alkoholischer Getränke zu diskutieren. Grundlage war ein neuer Bericht zum „Alkoholmarketing in der Europäischen Region“ der WHO.

#### **Zu wenig Regulierung im Online-Bereich**

Laut Bericht passt sich das Alkoholmarketing schneller an neue Markt-Realitäten an als der Gesetzgeber. Die Industrie nutze die Möglichkeiten digitaler Plattformen, um ihre Produkte in einem weitgehend unregulierten Markt zu promoten. Innovative Online-Werbetechniken würden genutzt, um gezielt das Trinken der Konsumenten zu steigern. Dies schließe Kinder und Jugendliche ein, so die Autoren des Berichts. Unternehmen geben jedes Jahr Milliarden von Dollar für Marketing aus, wobei immer mehr Werbekampagnen in Online-Medien durchgeführt werden. Gleichzeitig hätten nach den neuesten Daten der WHO weniger als ein Viertel aller Mitgliedstaaten der EURO-Region das Marketing via Internet reguliert bzw. Einschränkungen erlassen. Noch weniger Länder haben - so der Bericht - Beschränkungen für soziale Medien eingeführt, obwohl Verbote oder umfassende Beschränkungen der Alkoholwerbung zu den kostengünstigsten Maßnahmen zur Reduzierung des Alkoholkonsums und der damit verbundenen Schäden gehörten.

#### **Zusammenhang zwischen Marketing und hohem Konsum**

Diese Situation muss nach Ansicht der WHO geändert werden, da die Trinkmengen in der EURO-Region die höchsten der Welt seien. Der Zusammenhang zwischen der Exposition gegenüber Alkoholmarketing und dem Ausmaß des Alkoholkonsums und -schadens sei bestens bekannt.

Laut Bericht nutze die Alkoholindustrie die neuen Chancen der Online-Marketing-Technologien zu ihren Gunsten aus. Dabei käme ihr zu Gute, dass die bestehenden Gesetze und Regeln für Online-Plattformen in der gesamten Region vage formuliert seien. Laut dem WHO-Bericht haben Social-Media-Communities Auswirkungen auf die kulturelle Akzeptanz von Alkohol, insbesondere bei Jugendlichen. Neues Social-Media-Marketing interagiere und ermutige Verbraucher, Beiträge zu mögen, Fragen zu beantworten, ihre Freunde zu markieren und sogar eigene Inhalte zu generieren, die denselben Werbezielen dienen. So könnten Social-Media-Nutzer unwissentlich selbst als Promoter von alkoholischen Getränken auftreten.

Alkoholmarketing überschreite Grenzen und nutze die vielfältige digitale Landschaft, um seine Botschaften global zu verbreiten. Online-Werbetechniken könnten Verbraucher sogar in Regionen erreichen, in denen alkoholbezogene Inhalte nach nationalem Recht verboten sind.

#### **Gesetze statt Selbstregulierung**

Im Online-Seminar wurden die Möglichkeiten zur Regulierung des Alkoholmarketings diskutiert. Im Bericht wird wie so oft von der WHO-EURO bezweifelt, dass Selbstregulierung eine bedeutsame Auswirkung auf die öffentliche Gesundheit habe. In der gesamten WHO-EURO-Region seien Vorschriften größtenteils für traditionelle Marketingkanäle wie Werbung in Fernsehen, Radio und Printmedien eingerichtet. *(Anm: Dies entspricht nach Angaben des Deutschen Werberats – zumindest für Deutschland – nicht ganz den Tatsachen. Im europäischen Recht ist zwar die Werbefreiheit garantiert, es gibt aber kein allgemeines europäisches Werberecht, sondern einen bunten Strauß von Werberegulungen unterschiedlicher Ziel- und Wirkrichtung. Zum anderen gilt Werbung als sekundäres Recht und wird von der EU meist in Form von Richtlinien geregelt, welche von jedem Mitgliedstaat in nationales Recht umgesetzt werden muss. Aufgrund der unterschiedlichen Kultur*

*sowie der verschiedenen rechtlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten in den einzelnen Ländern gibt es keine einheitlichen europäischen staatlichen Vorschriften noch freiwillige Verhaltensregeln für die Werbebranche. Der Deutsche Werberat ist ein Befürworter und Förderer von europäischen Selbstregulierungsorganisationen, die staatliche Regelungen überflüssig machen sollen.)*

Die Online-Vermarktung von Alkohol sei das am wenigsten regulierte Feld, obwohl eine erhebliche Verlagerung von traditionellen Kanälen in die digitale Landschaft stattgefunden habe. Nachahmenswert sei die Situation in Finnland, dessen Gesetze auch den ganzen Social-Media-Bereich erfasse.

Die WHO-EURO fordert umfassende gesetzliche Vorschriften zur Einschränkung oder zum Verbot der Alkoholvermarktung, um die Verbraucher zu schützen.

Gute Erfolge habe Litauen, das erste EU-Land, in dem ein absolutes Alkoholwerbeverbot besteht. In Tschechien erwägt man, umfängliche Warnhinweise auf die Flaschen zu bringen in Anlehnung an Thailand, wo bereits Warnungen vor alkoholinduzierten Krankheiten wie Leberzirrhose mit einschlägigen Fotos versehen sind.

Ein stärkeres Bewusstsein für die umfangreichen Herausforderungen der Werbung und das politische Engagement für deren Bewältigung sei dringend erforderlich. Die Alkoholwerbung müsse stärker eingeschränkt und digitales Marketing sollte in regulatorische Rahmenbedingungen einbezogen werden, da täglich Tausende von Posts und Videos auf einer Vielzahl von Plattformen veröffentlicht werden. Die Mitgliedstaaten der Europäischen Region der WHO seien gefordert, Erfahrungen auszutauschen und wirksame Kontrollen zu entwickeln, die der grenzüberschreitenden Arbeit im Bereich der öffentlichen Gesundheit dienen können.

### **Start einer webbasierten Konsultation zur Entwicklung des Alkohol-Aktionsplans 2022 - 2030**

Ziel des Aktionsplans ist es, die wirksame Umsetzung der globalen Strategie als Priorität für die öffentliche Gesundheit zu fördern und die Morbidität und Mortalität aufgrund des Alkoholkonsums - über die allgemeinen Morbiditäts- und Mortalitätstrends hinaus - sowie die damit verbundenen sozialen Folgen erheblich zu verringern.

Die jetzt vorgeschlagenen operativen Ziele des Aktionsplans sind nicht mit denen der globalen Strategie identisch. Hinzu kommt, dass die WHO-Akteure offenbar versuchen wollen, die Mitsprache der Wirtschaft an der Entwicklung des Aktionsplans wesentlich einzuschränken.

### **Schlüsselbereiche und vorgeschlagene Maßnahmen für Wirtschaftsteilnehmer**

Um die festgelegten Ziele zu erreichen, hat das WHO-Sekretariat sechs Schlüsselbereiche festgelegt und schlägt Maßnahmen vor, die sich an die Mitgliedstaaten, das WHO-Sekretariat, internationale und nationale Partner und gegebenenfalls andere Interessengruppen richten.

#### Aktionsbereich 1: Umsetzung wirkungsvoller Strategien und Interventionen

Wirtschaftsteilnehmer in der Alkoholproduktion und im Alkoholhandel (die Alkoholbranche) werden aufgefordert, sich auf ihre Kernaufgaben als Entwickler, Hersteller, Distributeure und Vermarkter von alkoholischen Getränken zu konzentrieren. Sie sollen Aktivitäten unterlassen, die die Entwicklung, Umsetzung und Durchsetzung von wirkungsvollen Strategien und Maßnahmen zur Reduzierung des schädlichen Alkoholkonsums verhindern, verzögern oder stoppen können.

Die *Alkoholbranche* sowie Wirtschaftsakteure in anderen relevanten Sektoren (wie Einzelhandel, Werbung, soziale Medien und Kommunikation) sollen ihren Beitrag leisten, um die Vermarktung und den Verkauf alkoholischer Getränke an Minderjährige und an andere Risikogruppen zu eliminieren.

#### Aktionsbereich 2: Fürsprache, Bewusstsein und Engagement

Die *Alkoholbranche* sowie die anderen relevanten Wirtschaftssektoren sollen konkrete Schritte unternehmen, um die Vermarktung und Bewerbung alkoholischer Produkte für Minderjährige zu unterbinden. Die Akteure der *Alkoholbranche* sollen jede Werbung für alkoholische Getränke und positive Gesundheitshinweise für ihre Erzeugnisse unterlassen. Sie sollen im Rahmen co-regulatorischer Maßnahmen sicherstellen, dass leicht verständliche Verbraucherinformationen auf den Etiketten alkoholischer Getränke (einschließlich Zusammensetzung, Altersgrenzen, Gesundheitswarnung und Kontraindikationen für den Alkoholkonsum) verfügbar sind.

#### Aktionsbereich 3: Partnerschaft, Dialog und Koordinierung

Die *Alkoholbranche* wird aufgefordert, sich auf ihre Kernaufgaben als Entwickler, Hersteller, Händler, Vermarkter und Verkäufer von alkoholischen Getränken zu konzentrieren und sich nicht in die Entwicklung und Bewertung der Alkoholpolitik einzumischen.

#### Aktionsbereich 4: Technische Unterstützung und Kapazitätsaufbau

Die *Alkoholbranche* soll sich auf ihre Kernkompetenzen beschränken und keine Maßnahmen ergreifen, die mit den Aktivitäten des öffentlichen Gesundheitswesens konkurrieren könnten.

#### Aktionsbereich 5: Wissensproduktion und Informationssysteme

Die *Alkoholbranche* wird aufgefordert, unter gebührender Berücksichtigung der mit der Vertraulichkeit kommerzieller Informationen verbundenen Einschränkungen, Daten von Relevanz für die öffentliche Gesundheit offenzulegen, die zur Verbesserung der Schätzungen der WHO zum Alkoholkonsum in Bevölkerungsgruppen beitragen können, z. B. Daten zu Produktion und Verkauf von alkoholischen Getränken und Daten zu Wissen, Einstellungen und Vorlieben der Verbraucher in Bezug auf alkoholische Getränke.

#### Aktionsbereich 6: Mobilisierung von Ressourcen

Die *Alkoholbranche* soll finanzielle Ressourcen für die Umsetzung von Maßnahmen bereitstellen, die dazu beitragen können, den schädlichen Alkoholkonsum zu verringern. Allerdings darf keine direkte Finanzierung der Forschung im Bereich der öffentlichen Gesundheit und der Politik erfolgen, um mögliche Einflussnahme und Interessenskonflikte zu vermeiden.

#### **Allgemeine Informationen über den Beratungsprozess**

Die Konsultation steht Mitgliedstaaten, UN-Organisationen und anderen internationalen Organisationen sowie nichtstaatlichen Akteuren offen, nicht jedoch Einzelpersonen. Grundsätzlich erwartet das WHO-Sekretariat, dass die Wirtschaftsteilnehmer ihre Kommentare auf die ihnen vorgeschlagenen Maßnahmen beschränken.

#### Einfluss auf die nationale Gesundheitspolitik

Leider glauben viele in der deutschen Weinbranche und leider auch sehr viele Gesundheits- und Ernährungspolitiker, dass unsere bisherigen Freiräume in der Werbung, Distribution, Besteuerung etc. durch diese politischen Prozesse auf der internationalen und europäischen Ebene nicht in Gefahr sind. Dies ist eine absolute Fehleinschätzung. Richtig ist, dass die große Koalition bisher (!) Eingriffe des Staates in die Wein- und Alkoholbranche via Steuerpolitik oder Einschränkungen in die Vermarktungswege nicht betrieben, aber auch nicht ausgeschlossen hat. Richtig ist aber auch, dass die Oppositionsparteien durch Anfragen an die Bundesregierung deutlich gemacht haben, dass sie diese (liberale) Politik (auch im Vergleich zu Cannabis) für falsch halten. Erst vor wenigen Tagen hat die Bundestagsfraktion BÜNDNIS 90/DIE Grünen, eine Kehrtwende in der deutschen Agrarpolitik gefordert (Drucksache 19/2438619 vom 17.11.2020) Niemand weiß heute, wie die Bundestagswahlen 2021 ausgehen werden. Eine weniger liberale Alkoholpolitik einer neu zusammengesetzten Bundesregierung ist nicht auszuschließen. Vor allem aber wird oft vergessen und übersehen, dass sogar die jetzige Bundesregierung als Mitglied der WHO und der europäischen Dachorganisation CNAPA (Committee on National Alcohol Policy and Action) die restriktive Alkoholpolitik auf der europäischen Ebene schon heute mitträgt! Die deutschen Winzerinnen und Winzer, aber auch alle Weinliebhaber\*innen sollten sich unbedingt gegen eine restriktive Alkoholpolitik wehren und eine Präventionspolitik im Sinne von Wine in Moderation unterstützen. Sie alle sollten das Gespräch mit ihren politischen Vertretern suchen, bevor es zu spät ist.