



Brau Holding International

Unser Engagement

Bier ist ein weit verbreitetes Lebensmittel und ein nicht wegzudenkender Teil unserer Kultur. Wir sind überzeugt, dass die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung Bier als alkoholhaltiges Getränk verantwortungsbewusst konsumiert. Deshalb wenden wir uns gegen eine pauschale Verteufelung des Genussmittels Bier.

Wir setzen uns für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Bier ein und engagieren uns mit gezielten Maßnahmen für die Bekämpfung von Alkoholmissbrauch. Die folgenden Grundsätze leiten dabei unser Handeln. Diese Grundsätze sind für alle Brauereien der Brau Holding International GmbH & Co. KGaA und ihre Mitarbeiter verbindlich. Darüber hinaus setzen wir uns dafür ein, dass auch unsere Partner in Handel und Gastronomie diesen Grundsätzen folgen.

Unsere Grundsätze

- 1. Wir stehen für bewussten Biergenuss.** Wir fördern den verantwortungsvollen Umgang mit Bier und klären die Verbraucher über die Grundlagen eines bewussten Biergenusses auf.
- 2. Wir bekämpfen Alkoholmissbrauch.** Wir beteiligen uns aktiv am Kampf gegen Missbrauch von Alkohol, indem wir Prävention und Aufklärung fördern. Dabei sind wir offen für Partnerschaften mit relevanten gesellschaftlichen Gruppen sowie staatlichen Stellen.
- 3. Wir wenden uns gegen Alkohol im Straßenverkehr.** Wir rufen dazu auf, bei Teilnahme am Straßenverkehr auf Alkohol zu verzichten.
- 4. Wir setzen uns für den Jugendschutz ein.** Wir unterstützen unsere Vertriebspartner in Handel und Gastronomie bei der Einhaltung der geltenden Jugendschutzbestimmungen, insbesondere was die Durchsetzung der Altersgrenze von 16 Jahren für die Abgabe von Bier betrifft.
- 5. Wir sind Gegner von so genannten Flat-Rate-Partys.** Flat-Rate-Partys passen nicht zu bewusstem Biergenuss. Wir treten gegen derartige Angebote ein.
- 6. Wir werben verantwortungsbewusst.** Wir richten unsere Werbung für Bier nicht an Jugendliche. Wir verwenden keine Werbebotschaften, die vor allem Jugendliche ansprechen, und nutzen keine Medien, die sich in erster Linie an Jugendliche richten. Wir befolgen in der Werbung und allen anderen Formen der an Verbraucher gerichteten Markenkommunikation die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für alkoholhaltige Getränke.