

10.09.2017 – 20:27 Uhr

Weltweit führende Hersteller von Bier, Wein und Spirituosen bekämpfen gesundheitsschädliches Trinkverhalten in mehr als 100 Ländern - IARD

London (ots/PRNewswire) -

Durch die Gründung innovativer Partnerschaften mit Hunderten von Organisationen haben die elf Firmen[i], die hinter einigen der weltweit berühmtesten Bier-, Wein-, und Spirituosennamen stehen, folgendes erreicht:

- Mehr als 100 Millionen Menschen konnten mit aufklärenden Botschaften zur Verhinderung des Alkoholkonsums bei Minderjährigen erreicht werden
- Kampagnen zur Vermeidung von Trunkenheit am Steuer konnten in 80% der Märkte, in denen sie aktiv sind, durchgeführt werden
- Es konnte gezeigt werden, dass Firmen wirkungsvolle Partner in der Bekämpfung gesundheitsschädlichen Trinkverhaltens sein können, indem sie die Verwirklichung der Sustainable Development Goals (SDGs) der UN beschleunigen

Wie der Producers' Commitments Zwischenbericht von 2016, der heute veröffentlicht wurde, zeigt,[ii] sind die weltweit führenden Hersteller weiterhin bemüht, gegen gesundheitsschädlichen Alkoholkonsum anzugehen, in dem sie neue, sektorübergreifende Partnerschaften schaffen, die von Regierungen und kleinen Einzelhändlern bis hin zu nicht gewinnorientierten und anderen aus dem Privatsektor stammenden Partnern reichen.

(Logo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20160524/371287LOGO>)

Anhand von Fallstudien aus neun Ländern beleuchtet der Bericht Einsichten und Erkenntnisse, die für zukünftige Handlungsabläufe von Bedeutung sind, während gleichzeitig hervorgehoben wird, dass trotz zweifellosen Fortschritts noch viel zu tun ist.

Carlos Brito, Vorsitzender der IARD[iii] CEO Gruppe & CEO von Anheuser-Busch InBev (AB InBev), bemerkte: "Wir sind stolz auf unsere Produkte und ihre gesellschaftliche Rolle, wir glauben, dass eine Kultur vernünftigen Trinkens gut für Geschäfte ist, und wir halten es für unsere Pflicht zur Reduzierung gesundheitsgefährdenden Alkoholkonsums beizutragen. Wir haben gesehen, dass Fortschritt möglich ist, wissen jedoch auch, dass es noch viel zu tun gibt. Wir alle suchen nach Gelegenheiten, die schönen Dinge im Leben zu genießen. Wir alle wollen nur das Beste für unsere Familien und Gemeinden. Es hängt von uns ab, ein vernünftiges Trinkverhalten zu fördern und gesundheitsgefährdenden Alkoholkonsum zu reduzieren. Gesundheitsgefährdender Alkoholkonsum ist ein komplexes Thema mit zahlreichen Gründen. Wir glauben, dass Bier-, Wein-, und Spirituosenhersteller mit zu einer Lösung beitragen können. Ziel der IARD ist es, internationale Standards zur Verhinderung von gesundheitsgefährdendem Alkoholkonsum zu schaffen. Die IARD hilft uns dabei, Best Practices zu verbreiten, das gemeinsame Engagement zu fördern und den Dialog mit der Zivilgesellschaft zu ermöglichen. Es ist unser erklärtes Ziel, unsere Bemühungen für das finale Jahr unserer Commitments zu erweitern und auch darüber hinaus weiter tätig zu sein."

Henry Ashworth, Präsident der IARD, fügte hinzu: "Der Zwischenbericht zeigt die Entschlossenheit dieser führenden, globalen Hersteller eine positive Kraft innerhalb ihrer Branchen und Verbände zu sein. Langfristige und nachhaltige Veränderungen sowie die Verringerung eines gesundheitsgefährdenden Trinkverhaltens können nur dann eintreten, wenn private, öffentliche und gemeinnützige Organisation sowohl auf lokalem, nationalem als auch globalem Level kooperieren. Wir möchten mit anderen zusammenarbeiten, um neue Beziehungen und Modelle zu schaffen, die einen positiven Wandel in all unseren Gemeinden herbeiführen."

Highlights der Fallstudien des Berichts beinhalten:

- eine vielfältige Auswahl an hocheffektiven Social-Media-Kampagnen, zum Beispiel: - Australien: sektorübergreifender Einsatz führte zur international anerkannten 'How to drink properly' [<https://drinkwise.org.au/our-work/drinking-do-it-properly/#>] Kampagne, die sich mit Komatrinken befasste und zwei Millionen Jugendliche erreichte
- Südafrika: unsere #bethementor [<http://www.bethementor.sab.co.za/>] Facebookkampagne, die mit direkter, persönlicher Kommunikation einherging, wird in Zusammenhang mit einer Verringerung des Alkoholkonsums bei Minderjährigen von 91% gebracht, und
- Brasilien: das von ABRABE geleitete Programm Sem Excesso("No Excess") zog 159.460 Websitebesucher an und verbuchte mehr als

400.000 YouTube Aufrufe, über 808.000 Facebook Likes und mehr als 50.000 Twitter Follower.

- einen bedeutender Fortschritt hinsichtlich der Verringerung von Trunkenheit am Steuer, zum Beispiel: - Polen: In den meisten Provinzen gibt es mittlerweile Polizisten, die darauf spezialisiert sind, Atemalkoholkontrollen auf der Straße durchzuführen. In einer bestimmten Provinz konnte zwischen 2013 und 2016 ein Abstieg alkoholbedingter Autounfälle von 44% vermerkt werden,
- Mexiko: in den meisten Provinzen gibt es mittlerweile Polizisten, die darauf spezialisiert sind, Atemalkoholkontrollen auf der Straße durchzuführen, und
- Spanien: unsere Multimedia-Kampagne zur Verringerung von Trunkenheit am Steuer wurde vom European Alcohol and Health Forum (EAHF) als Best Practice Beispiel genannt und mit einer Auszeichnung des spanischen Ministeriums für Industrie versehen
- das erste Memorandum of Understanding (MOU) zwischen dem Gesundheitsministerium und Getränkeherstellern - Dominikanische Republik: Das MOU schaffte ein umfassendes Arbeitsprogramm zur Verringerung des Alkoholkonsums bei Minderjährigen, zur Stärkung und Ausweitung von Marketingrichtlinien sowie zur Mobilisierung von Einzelhändlern zur Verringerung eines gesundheitsgefährdenden Trinkverhaltens. Darüber hinaus wurde ein "Alcohol Cluster" eingerichtet. Dieses besteht aus einem breiten Spektrum an Interessensvertretern, die monatlich zur Besprechung von Handlungsplänen zur Unterstützung dieser Ziele zusammentreffen.

Quellenangaben

i. Die elf Unterzeichner der Beer, Wine and Spirits Producers' Commitments to Reduce Harmful Drinking [<http://www.producerscommitments.org>] sind Anheuser-Busch InBev, Asahi Group Holdings, Bacardi, Beam Suntory, Brown-Forman Corporation, Carlsberg, Diageo, Heineken, Kirin Holdings Company, Molson Coors, Pernod Ricard.

ii. Die Producers' Commitments

- Verringerung des Alkoholkonsums bei Minderjährigen
- Stärkung und Ausweitung von Marketingrichtlinien
- Veröffentlichung von Verbraucherinformationen und verantwortungsbewusster Produktentwicklung
- Verringerung von Trunkenheit am Steuer
- Mobilisierung von Einzelhändlern zur Verringerung gesundheitsschädlichen Trinkverhaltens

iii. IARD ist eine im Januar 2015 gestartete, gemeinnützige Organisation, die sich mit der weltweiten Problematik gesundheitschädlichen Trinkverhaltens auseinandersetzt und den verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol fördert.

IARD-Mitglieder sind weltweit führende Alkoholhersteller und allesamt Unterzeichner der Commitments. Als Sekretariat der Commitments haben die Unterzeichner der IARD bestimmte Aufgaben zukommen lassen, die Koordination von globalem Niveau erfordern.

Als Sekretariat führt die IARD folgendes aus:

- Koordination von Berichten zu den Commitments mit KPMG und Accenture, Managing von Pilotprojekten (insbesondere zum Thema Trunkenheit am Steuer)
- Koordination mit internationalen Partnern (z.B. World Federation of Advertisers)
- Inauftraggabe von Analysen zur Einhaltung von Marketingregularien
- Zusammenbringung von Experten (z.B. Wissenschaftler) und Partnern (z.B. Einzelhändler)
- Ausführung von Analysen zu Richtlinien und Programmen sowie Herstellung politischer Instrumente und Good-Practice-Leitlinien wie z.B. der Alcohol Education Guide [<http://alcooledguide.org>]

Für weitere Information und für den ausführlichen Bericht, besuchen Sie bitte: [producerscommitments.org](http://www.producerscommitments.org) (<http://www.producerscommitments.org/>)

Kontakt:

PDarbari@iard.org oder +44 0 781 807 1922

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058559/100806613> abgerufen werden.