

## PRESSEMITTEILUNG

### Spirituosenindustrie und Werberat beschreiten gemeinsame Wege

Die österreichische Spirituosenindustrie tritt dem Österreichischen Werberat als förderndes Mitglied bei. Erstes gemeinsames Projekt: Der neue Kommunikationskodex der Spirituosenindustrie. Ein wichtiges Signal für Branchen-Selbstregulierung.

Wien, 13. September 2016 - Mit dem Verband der österreichischen Spirituosenindustrie konnte der Österreichische Werberat einen strategisch besonders wichtigen Partner als neues förderndes Mitglied gewinnen. Einerseits beziehen Spirituosenhersteller einmal mehr Stellung und bekennen sich zu einer verantwortungsvollen Vermarktung von Spirituosen als Genussmittel. Andererseits ist es ein wichtiges Signal für gesamte Branchenbereiche und Wirtschaftsindustrien, ihre Verantwortung zu übernehmen und der Selbstregulierung von Wirtschaftswerbung ihr Vertrauen zu schenken.

„In einem sensiblen Bereich wie der Kommunikation von alkoholhaltigen Getränken ist es wichtig, mit anderen Verbänden zu kooperieren und somit bereits im Vorfeld ethische und moralische Standards zu etablieren“, erklärt Michael Straberger, Präsident des Österreichischen Werberates. „Der Verband der Spirituosenindustrie ist sich dieser Verantwortung bereits seit Jahren bewusst. Umso mehr freut es uns, auf dieser professionellen Ebene gemeinsam weitere Schritte zu setzen“. Die strategische Partnerschaft der österreichischen Spirituosenindustrie mit dem Österreichischen Werberat entspricht dem Selbstverständnis der österreichischen Spirituosenhersteller, so die Geschäftsführerin des Fachverbandes der Lebensmittelindustrie, Mag. Katharina Koßdorff. Die Branche tritt für die Werte wie Sicherheit, Qualität und Genuss sowie gesellschaftliche Verantwortung bei der Produktion und Vermarktung von Spirituosen ein. „Die heimische Spirituosenindustrie bekennt sich ausnahmslos zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Spirituosen als Genussmittel“, betonte Koßdorff weiters.

#### Kommunikationskodex NEU und Pro-Ethik-Siegel

Als einer der ersten gemeinsamen Projekte entwickelte die österreichische Spirituosenindustrie einen Kommunikationskodex, der an Themen des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft angelehnt und mit dem Österreichischen Werberat abgestimmt wurde. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf den Bereichen „Kinder und Jugendliche“ und dem „verantwortungsvollen Umgang mit alkoholischen Getränken“.

„Ziel des Kodex ist es, im Sinne einer gewissenhaften Kommunikationslinie den verantwortungsvollen Umgang mit dem alkoholhaltigen Genussmittel Spirituose hervorzuheben und sich gegen jegliches missbräuchliches Konsumverhalten auszusprechen“, erklärt Koßdorff.

Darüber hinaus darf der Verband der österreichischen Spirituosenindustrie künftig auch das Pro-Ethik-Siegel des Österreichischen Werberates führen. Damit garantiert er die Einhaltung von Qualitätskriterien, die gemeinsam von der gesamten Werbewirtschaft erstellt wurden und für diesen Bereich über gesetzliche Bestimmungen hinausgehen. Die Branche bindet sich damit an klar definierte Kommunikationsgrundsätze, die ungeachtet des freien Wettbewerbes in der Werbebranche zu sehen sind.

„Mit der gemeinsamen Entwicklung des Kodex für die Spirituosenindustrie wurde ein weiterer wichtiger Schritt in Richtung verantwortungsvolle Kommunikation und Werbung in der Branche gesetzt“, ist auch Straberger überzeugt. Der Kommunikationskodex ist als Anhang des Ethik-

Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft zu verstehen und dient als Grundlage der Entscheidungen der Österreichischen Werberäte und Werberätinnen.

Den Volltext des Kommunikationskodex finden Sie zum Herunterladen unter:

[https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Nahrungs--und-Genussmittelindustrie--Lebensmittelindustrie-/Presseaussendungen\\_2016.html](https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Nahrungs--und-Genussmittelindustrie--Lebensmittelindustrie-/Presseaussendungen_2016.html)

### **Über den Österreichischen Werberat**

Der Österreichische Werberat (ÖWR) ist ein unabhängiges Organ des Vereines „Gesellschaft zur Selbstkontrolle der Werbewirtschaft“. Der ÖWR fördert mittels freiwilliger Selbstbeschränkung der Österreichischen Werbewirtschaft das verantwortungsbewusste Handeln der Werbewirtschaft und ihr Ansehen in der Öffentlichkeit. Die Zuständigkeit des Werberates erstreckt sich auf alle Maßnahmen im Bereich Wirtschaftswerbung. Im Detail hat der ÖWR die Aufgabe Fehlentwicklungen bzw. Missbräuche in der Werbung zu korrigieren und dient damit sowohl dem Konsumenten als auch verantwortungsbewussten Werbeunternehmen.

### **Über die österreichische Lebensmittelindustrie und den Verband der Spirituosenindustrie**

Die Lebensmittelindustrie ist eine der größten Branchen Österreichs. Sie sichert im Interesse der Konsumenten tagtäglich die Versorgung mit sicheren, qualitativen und leistbaren Lebensmitteln. Die rund 200 Unternehmen mit ihren 26.000 Beschäftigten erwirtschafteten im Jahr 2015 ein Produktionsvolumen von 8 Mrd. €. Über 60 % davon werden in 180 Länder rund um den Globus exportiert. Zur heimischen Lebensmittelwirtschaft zählt auch die Spirituosenindustrie. Der Verband der Spirituosenindustrie unterstützt seine Mitglieder durch Information, Beratung und internationale Vernetzung.

### **Bildmaterial:**

© www.christian-husar.com

Bildtext: Michael Straberger (Präsident des Österreichischen Werberates) mit Mag. Katharina Koßdorff (Geschäftsführerin des Fachverbandes der Lebensmittelindustrie)

### **Pressekontakt:**

Mag.<sup>a</sup> Andrea Stoidl  
Österreichischer Werberat  
+43 (0)5 90 900-3584  
[andrea.stoidl@werberat.at](mailto:andrea.stoidl@werberat.at)  
[www.werberat.at](http://www.werberat.at)

DI Oskar Wawschinek MAS MBA  
Food Business Consult  
+43 664 545 63 50  
[presse@dielebensmittel.at](mailto:presse@dielebensmittel.at)