

## Positionen der Spirituosenwirtschaft zur Bundestagswahl 2025

---

Die Spirituosenwelt ist Sinnbild einer über Jahrhunderte gewachsenen Genusskultur unserer Gesellschaft. Dahinter stehen ein einzigartiges Handwerk und die Kunst des Brennens, die über Generationen im Mittelstand überliefert werden. Sowohl im deutschen als auch im internationalen Kontext ist unsere Branche von entscheidender Bedeutung: Die Zusammenarbeit der Spirituosen-Hersteller und -Importeure im BSI fördern Innovation, Vielfalt und wirtschaftliche Dynamik. Zwischen Tradition und Innovation bietet die Spirituose immer ein einzigartiges Genusserlebnis, das auf vielfältige Art – auch anhand von alkoholfreien und alkoholreduzierten Alternativen – erfahren werden kann.

Die deutsche Spirituosenbranche ist geprägt durch Mittelstand und regionale Vielfalt. Sie offenbart eine traditionsreiche und zugleich innovative kulinarische Welt, die aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken ist.

Spirituosen stehen für:

- (1) Genuss und Vielfalt,
- (2) Handwerk und Qualität,
- (3) Tradition und Kultur sowie
- (4) soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit.

Diese Werte spiegeln sich in den Aktivitäten des BSI wider, der mit einer Vielzahl von verschiedenen Institutionen zusammenarbeitet. Insbesondere soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit stehen dabei im Fokus. Neben wirtschaftlich unterstützenden Rahmenbedingungen wirbt die Branche für realistische politische und rechtliche Vorgaben und plädiert für einen Perspektivenwechsel zu mehr Wirtschaftsstärke, Wettbewerbsfähigkeit und Leistungsfähigkeit in Deutschland und im Außenhandel. Der BSI befürwortet eine praxisgerechte Kreislaufwirtschaft sowie Werbefreiheit bei gleichzeitiger Aufklärung und Prävention im Rahmen des „**Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung**“.

### Verantwortung und Prävention

- Die Spirituosen-Hersteller und -Importeure im BSI setzen sich sowohl in Deutschland als auch in der EU für einen verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken ein. Diese sind fester Bestandteil der westlichen Kulturgeschichte und Tradition und zeugen von einer herausragenden Qualität. Die Gefahren des Alkoholmissbrauchs dürfen jedoch nicht unterschätzt werden. Der BSI betont dabei die gemeinsame Verantwortung von Herstellern, Handel und Konsumenten, die er aktiv durch umfassende Aufklärungs- und Präventionsmaßnahmen unterstützt. Um den verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken zu fördern und Missbrauch zu bekämpfen, hat der BSI bereits im

Herbst 2005 den „Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung“ auf Basis seines „Code of Conduct“ ins Leben gerufen. Im „Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung“ werden Aktivitäten zur „Corporate Social Responsibility (CSR)“ konzipiert und realisiert. Indirekt unterstützen alle Mitgliedsunternehmen des BSI die Arbeit des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“, dessen Präventionsinitiativen inhaltlich und projektbezogen von unterschiedlichen unabhängigen wissenschaftlichen Experten (insbesondere Mediziner, Psychologen, Pädagogen etc.) zielgerichtet erstellt und effektiv umgesetzt und begleitet werden. Auch die Evaluierung der Initiativen und deren kontinuierliche Weiterentwicklung gehören zur CSR-Strategie der Branche. Diese Initiativen zielen darauf ab, sowohl die Eigenverantwortung der Konsumenten zu stärken als auch umfassende Unterstützung und Information bereitzustellen.

Die drei Säulen des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“ sind:

- Präventionsmaßnahmen,
- effektive Selbstregulierung und
- umfassende Verbraucherinformationen.

Leitbild für das verantwortungsbewusste unternehmerische Handeln der BSI-Mitglieder ist der „**Code of Conduct**“, der sich in den letzten Jahren in Wirtschaft und Politik bewährt hat. Dieser legt Leitlinien für den verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken fest – insbesondere in puncto Missbrauchsprävention, Jugendschutz, nachhaltige Produktion, Verbraucheraufklärung sowie ethische Werbung und Vertrieb – und betont hierbei die Bedeutung von Eigenverantwortung und Risikokompetenz. Nur Unternehmen, die den „Code of Conduct“ konsequent leben und umsetzen, dürfen Mitglied im BSI sein und bleiben. Allen Aktivitäten des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“ liegt die Überzeugung zugrunde, dass die Unternehmen der Branche im gesamtgesellschaftlichen Kontext eine Mitverantwortung in Bezug auf den risikokompetenten Umgang mit ihren Produkten tragen und diesen aktiv fördern müssen. Der BSI wirbt dafür, dass diese Bemühungen weitere Vorbildwirkung entfalten und Unternehmen dazu inspirieren, sich ebenfalls an diesen hohen Standards zu orientieren und sich aktiv für verantwortungsvollen Konsum einzusetzen.

- Folgende Präventionsmaßnahmen des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“ werden nachhaltig seit Jahren durchgeführt und erfolgreich evaluiert:
  - die **Eltern-Präventionsinitiative „Klartext reden!“** ([www.klartext-reden.de](http://www.klartext-reden.de)) zur Unterstützung der Alkoholprävention in Familien; über [www.klartext-elterntaining.de](http://www.klartext-elterntaining.de) können sich Eltern auch im Rahmen eines Online-Trainings Rat einholen;
  - die **„Schulungsinitiative Jugendschutz“** ([www.schu-ju.de](http://www.schu-ju.de)) zur Stärkung des Jugendschutzes bei der Abgabe von alkoholhaltigen Getränken, die in Kooperation mit mittlerweile 26 Partnern bundesweit vernetzt ist;

- das **Web Based Training (WBT) für Online-Händler** zum Thema „Jugendschutz im Online-Handel mit Spirituosen“ (seit September 2019), in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Onlinehandel e. V. und dem Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. ([www.onlinehandel-wbt.de](http://www.onlinehandel-wbt.de));
- die **Schwangerschaft-Aufklärungsinitiative „Verantwortung von Anfang an!“** ([www.verantwortung-von-anfang-an.de](http://www.verantwortung-von-anfang-an.de)) zur bundesweiten Information über die schädlichen Folgen von Alkohol in der Schwangerschaft und Stillzeit, die insbesondere Schwangere sowie Mädchen/junge Frauen adressiert;
- die **Präventionsbroschüre „Alkohol am Arbeitsplatz – nüchtern betrachtet! – Ein Leitfaden für die Selbstbeobachtung und kollegiale Hilfe“** (auch im Home-/Mobile-Office) sowie
- die **Verkehrssicherheits-Initiative „DON'T DRINK AND DRIVE“/„WER FÄHRT, BLEIBT NÜCHTERN“** ([www.ddad.de](http://www.ddad.de)), die der BSI-„Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung“ zusammen mit den Wirtschaftsverbänden der Bier- und Wein-/Sektbranche durchführt.

**Der BSI plädiert für weitere politische Unterstützung der Präventionsmaßnahmen im Rahmen des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung (AAuV)“, da diese Initiativen gemäß den Evaluierungsergebnissen von Wissenschaftlern und Experten seit Jahren zu positiven Verhaltensänderungen führen.**

## Werbefreiheit

- Die Mitglieder des BSI setzen sich seit Jahren für einen verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken ein. Bereits im Jahr 2009 einigten sie sich mit dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW) auf **„Freiwillige Verhaltensregeln“** im Bereich der Alkoholwerbung. Die „Verhaltensregeln des Deutschen Werberates über die kommerzielle Kommunikation für alkoholhaltige Getränke“ (vgl. [Internet](#)) müssen von der gesamten Alkoholwirtschaft, dem Handel, Agenturen und Medien eingehalten werden. Danach ist in der Marktkommunikation für alkoholhaltige Getränke alles zu unterlassen, was als Aufforderung zum missbräuchlichen Konsum verstanden werden könnte. Es darf auch nicht der Eindruck erweckt werden, der Konsum alkoholhaltiger Getränke fördere sozialen oder sexuellen Erfolg. Besondere Bestimmungen gelten zudem für den Jugendschutz. Die Maßnahmen werden vom Deutschen Werberat überwacht.
- Ergänzend zu den o. g. „Freiwilligen Verhaltensregeln“ verpflichten sich die Mitgliedsunternehmen des BSI, nur Models und Schauspieler/-innen ab einem Alter von 25 Jahren für Maßnahmen der kommerziellen Kommunikation bzw. als Influencer/-innen einzusetzen. Das Mindestalter wird im Zusammenhang mit den entsprechenden Produktionen dokumentiert und überprüft. In einer weiteren Ergänzung zu den freiwilligen Verhaltensregeln verpflichten sich die Mitglieder des BSI, kommerzielle Kommunikation nur in solchen Print- oder Fernseher- und Radio-Programmen zu zeigen, die sich bekannterweise zu mindestens 70 Prozent an Erwachsene über 18 Jahre richten.

Konkretisierend gelten noch zusätzliche Regelungen: Kommerzielle Kommunikation für alkoholhaltige Werbung soll weder über Trikot-Werbung für Kinder- und Jugendmannschaften erfolgen noch über Werbung und Sponsoring-Maßnahmen. Die Bewerbung sogenannter „Flatrate“-Angebote ist ausdrücklich geregelt.

**Die Mitglieder des BSI fordern, das erfolgreiche Selbstregulierungssystem der „Freiwilligen Verhaltensregeln“ für Werbung für alkoholhaltige Getränke politisch weiterhin zu unterstützen. Denn nur mit kommerzieller Kommunikation ist ein wettbewerblicher Markenerfolg für die Unternehmen und somit eine nationale und eine internationale wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Branche möglich.**

## **Bürokratieabbau**

- In Deutschland muss der Bürokratieabbau schneller und konsequenter vorangetrieben werden, um die Unternehmen spürbar zu entlasten. Überdies sollten Investitionen gefördert werden und der Wirtschaftsstandort Deutschland dank adäquater politischer und rechtlicher Rahmenbedingungen wieder attraktiver gemacht werden.
- Die vielen Untersuchungen der letzten Jahre zeigen, dass die bürokratische Belastung erheblich zugenommen hat. Das Übermaß an Bürokratie führt auch dazu, dass die Wirtschaft zu deren Bewältigung zusätzliche Arbeiten leisten und wertvolle Kapazitäten bereitstellen muss, die nicht mehr zum Wachstum zur Verfügung stehen und Kosten unnötig in die Höhe treiben.

**Die mit dem „Bürokratieentlastungsgesetz IV“ geplanten Entlastungen sind daher bei Weitem noch nicht ausreichend. Ziel muss es vielmehr sein, alle regelmäßigen Dokumentations-, Berichts- und Überwachungspflichten auf den Prüfstand zu stellen und zu reduzieren. Es gilt zu beachten, dass die Mitgliedsunternehmen des BSI und ihre Beschäftigten sowohl in sozialer als auch in ökologischer Hinsicht bereits aktiv zu nachhaltigen Arbeiten beitragen und weiterhin bereit sind, sich noch stärker zu engagieren. Sie müssen hierzu jedoch auch in die Lage versetzt werden. Daher plädieren sie für einen zügigen und unkomplizierten Bürokratieabbau, damit Deutschland endlich wieder von einer Verwaltungs- und Regulierungsmentalität zu einem aktiven Wachstumsmodus wechseln kann.**

## **Außenhandels- und Europapolitik**

- Die BSI-Mitglieder befürworten eine Außenhandelspolitik mit dem Ziel der Förderung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit, sowohl im Hinblick auf den Export und Import ihrer Produkte als auch im Sinne des Abbaus von Zöllen und sonstigen Handelshemmnissen.

- Die Mitglieder des BSI erwarten hierbei von der deutschen Politik ein aktives Eintreten für deutsche Wirtschaftsinteressen sowie eine engagierte Zusammenarbeit mit den EU-Institutionen, um insbesondere die Einführung von Zolltarifen durch die US-Administration zu verhindern und den freien Handel weltweit zu fördern.

**Die deutsche Politik muss hierbei auf EU-Ebene sowohl in Rechtssetzungsverfahren als auch beim Abschluss internationaler Handelsabkommen von Anfang an eine klare Position einnehmen, um die Interessen der deutschen Wirtschaft und auch der Spirituosenbranche wirksam zu vertreten.**

### Verbraucherschutzpolitik

- Die Mitglieder des BSI erwarten in Bezug auf den Verbraucherschutz einen geeigneten politischen und rechtlichen Rahmen, der sich an Verbraucherinteressen orientiert, aber gleichzeitig für die Unternehmen unter Wettbewerbsaspekten praktikabel und umsetzbar ist, wobei Maßnahmen nicht nur wissenschaftsbasiert sein, sondern auch dem Verhältnismäßigkeits- und dem Subsidiaritätsgrundsatz entsprechen müssen.
- Hierzu gehört auch die Akzeptanz der freiwilligen Kennzeichnung von Nährwerten, Zutaten und eventuell weiteren Informationen über Herkunft und Produktionsmethoden. Insofern appellieren die BSI-Mitglieder an die Politik, das von der europäischen Spirituosenbranche freiwillig eingerichtete erfolgreiche Konzept der digitalen Kennzeichnung und Transparenz zu unterstützen („Memorandum of Understanding – MoU“): Der BSI befürwortet anstelle von gesetzlichen Regelungen das Konzept der freiwilligen Selbstverpflichtung der digitalen Kennzeichnung („MoU“) bezüglich Nährwerten und Zutaten.
- Von Bedeutung ist nicht zuletzt auch die Unterstützung regionaler Hersteller, die unter Einhaltung höchster Qualitätsstandards traditionelle Spirituosen mit geografischen Angaben herstellen und damit die kulturelle Identität der EU maßgeblich mitprägen.

**Die Mitglieder des BSI setzen sich für das Leitbild des mündigen Verbrauchers ein, der heute schneller und umfassender als je zuvor Zugang zu Informationen hat. Durch gezielte Präventions- und Informationsmaßnahmen tragen die Mitglieder des BSI aktiv dazu bei, dass Verbraucher fundierte Entscheidungen treffen können.**

### Mittelstandspolitik

- Die Mitglieder des BSI begrüßen eine Mittelstandspolitik, die sich für einen Bürokratieabbau, die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen zur Förderung des internationalen Wettbewerbs, Leistungsanreize für Fachkräfte und gegen weitere Überreglementierung einsetzt.

- Für die vorwiegend mittelständisch geprägte Spirituosenbranche ist es entscheidend, die Marktzugangs- und Finanzierungsmöglichkeiten zu verbessern und die Innovationsfähigkeit zu stärken. Die Branche ist bereit, aktiv an der Umgestaltung des regulativen Rahmens auf europäischer und deutscher Ebene mitzuarbeiten, um nicht nur den Bedürfnissen und Herausforderungen der mittelständischen Unternehmen besser gerecht zu werden, sondern auch gesamtwirtschaftliche Ziele, Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftswachstum zu fördern.

## Umwelt- und Verpackungspolitik

- Die Mitglieder des BSI setzen sich für eine ökologische Produktverantwortung für die von ihnen eingesetzten Formglas-Einwegverpackungen ein. Mit Blick auf die Abfallvermeidung in der Kreislaufwirtschaft zeigt sich die deutsche Spirituosenbranche vorbildlich: So werden rund 85 Prozent der Glas-Spirituosenflaschen recycelt, wobei ein zusätzlicher Anteil in Haushalten wiederverwendet wird. Dies trägt erheblich zur Reduzierung von Abfall und zur Schonung von Ressourcen bei.
- Die Mitglieder plädieren für die Beibehaltung des Recyclings ihrer formvielfältigen Einweg-Glasflaschen für Spirituosen, da diese die Ästhetik und Einzigartigkeit der Produkte maßgeblich prägen. Sie unterstützen dies bei weiterer Pfandpflichtbefreiung und verpflichten sich zur Teilnahme an einem dualen System. Diese Verpflichtung sollte ebenso für alkoholfreie und alkoholreduzierte Alternativen zu Spirituosen gelten.

**Sie befürworten eine Umweltpolitik, die die sichtbare Verantwortung der Spirituosenbranche für die von ihr eingesetzten Verpackungen sowie die diversen ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsmaßnahmen anerkennt und unterstützt, anstatt neue Belastungen einzuführen.**

## Energiepolitik

- Obwohl die Energiepreise nach Erreichen ihrer Höchstmarke im Jahr 2021 wieder gesunken sind, befinden sie sich nicht mehr auf Vor-Corona-Niveau. Es ist zu erwarten, dass durch die vielen Umlagen und Abgaben die Energiekosten weiter steigen. Die deutsche Spirituosenwirtschaft fordert eine energiepolitische Strategie, die den spezifischen Bedürfnissen der Branche gerecht wird, insbesondere durch die Förderung von bezahlbarer und nachhaltiger Energie und die Unterstützung innovativer Technologien zur Reduzierung des Energieverbrauchs, um sowohl Nachhaltigkeit als auch Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu gewährleisten.
- Die deutsche Spirituosenbranche unterstützt im BSI die Steigerung der Energieeffizienz (vgl. Leitfaden zum Thema „*Steigerung der Energieeffizienz bei der Spirituosenherstellung – Anleitung mit Best-Practice-Beispielen*“). Wie auch der deutschen Wirtschaft insgesamt ist es auch für die Spirituosenbranche besonders wichtig, mehr Planungssicherheit bei wirtschaftlichen Investitionen und im Bereich der Energieversorgung zu schaffen.

Die deutsche Spirituosenwirtschaft appelliert an die Politik, die notwendigen Rahmenbedingungen für Wachstum, Innovation und Nachhaltigkeit zu schaffen, damit die Branche ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und gleichzeitig ihrer Verantwortung für eine bewusste und verantwortungsvolle Genusskultur gerecht werden kann.

### *Über uns*

*Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) mit Sitz in Bonn und Brüssel vertritt als Spitzenorganisation der deutschen Spirituosen-Hersteller und -Importeure mit einer Vielzahl von Direktmitgliedern, namhaften Fördermitgliedern und vier regionalen Landesgruppen rund 80 Prozent des gesamten Spirituosenmarkenumsatzes. Zu seinen Mitgliedern gehören sowohl kleine und mittlere als auch große Familienunternehmen aus Deutschland mit zum Teil jahrhundertealter Geschichte ebenso wie internationale Konzerne mit deutschen Tochtergesellschaften und junge Craft-Spirits-Hersteller, die das Handwerk des Brennens erlernt haben und diese Kunst weiter aufbauen.*

*Der BSI versteht sich sowohl als politisches Sprachrohr und beratender Dienstleister seiner Mitgliedsunternehmen als auch als Interessenvertreter auf politischer Ebene bei Bund, Ländern und in Europa.*

*Der BSI ist Mitglied in seinem europäischen Dachverband spiritsEUROPE und seinen nationalen Dachverbänden, u. a. der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V., dem Lebensmittelverband Deutschland e. V., dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. sowie dem Markenverband e. V.*