

Positionspapier – Juli 2015

Alkoholsponsoring im Sport

AUSGANGSLAGE

Sponsoring-Gelder machen es möglich, dass der Sport, insbesondere die Sportvereine, ihren Auftrag wahrnehmen und einen wesentlichen Beitrag zur Volksgesundheit beisteuern können. Fast zwei Drittel aller Kinder und rund die Hälfte aller Jugendlichen treiben Sport in einem der 20'000 Sportvereine, die es in der Schweiz gibt. Für diese Sportvereine machen die Einnahmen durch Werbung und Sponsoring 14 Prozent der Gesamteinnahmen aus. Das sind rund 200 Millionen Franken. Bei den Sportverbänden machen die Werbe- und Sponsoring-Einnahmen 27 Prozent aller Einnahmen aus (rund 60 Millionen Franken).

In der Schweiz ist Werbung für gebrannte Wasser im Sportumfeld verboten. Die [Bewerbung von nicht-gebrannten alkoholischen Getränken](#) hingegen ist an Sportveranstaltungen nur dann verboten, wenn diese hauptsächlich von Jugendlichen unter 18 Jahren besucht werden – in der Praxis also kaum. Alkoholwerbung im Sport ist von Gesetzes wegen in Frankreich, Norwegen, Schweden, Portugal, Finnland (Verbot von Spirituosenwerbung) verboten. Die Weltgesundheitsorganisation WHO empfiehlt in ihrem Alkohol-Aktionsplan ein umfassendes Werbeverbot für Europa.

POSITION SWISS OLYMPIC

Swiss Olympic setzt sich, beispielsweise mit seinem Präventionsprogramm [«cool and clean»](#), für einen verantwortungsbewussten Konsum von Alkohol ein. Das bedeutet, dass alkoholische Getränke – wenn überhaupt – so

konsumiert werden, dass weder für sich selbst noch für andere Personen ein Risiko entsteht. Der Jugendschutz ist gesetzlich geregelt, er ist verbindlich einzuhalten.

Sportsponsoring durch die Alkoholindustrie ist aus Sicht von Swiss Olympic problematisch. Das [Internationale Olympische Komitee](#) akzeptiert Partner aus dem Alkohol-Sektor nur bei Bier und Wein, aber nicht bei Spirituosen. Swiss Olympic geht einen Schritt weiter und akzeptiert überhaupt keinen Sponsor aus der Alkoholbranche. Swiss Olympic empfiehlt den Schweizer Sportverbänden und -vereinen, auf einen Sponsor aus der Alkoholbranche zu verzichten und bestehende Partnerschaften langfristig durch einen Partner einer anderen Branche zu ersetzen.

In Richtlinien für die Vergabe von Geldern an Sportveranstalter fordert Swiss Olympic den Verzicht auf Alkoholsponsoring und Alkoholwerbung bei Jugendwettkämpfen. Bei Veranstaltungen im Erwachsenenbereich empfiehlt Swiss Olympic, auf Alkoholsponsoren zu verzichten und fordert die konsequente Einhaltung des Jugendschutzes. Beim Ausschank von alkoholischen Getränken wird ein Jugendschutzkonzept verlangt.

WEITERE INFORMATIONEN

- [Verordnung des EDI](#)
- [Alkoholgesetz](#)

Alexander Wäfler
Leiter Medien und Information Swiss Olympic
031 359 72 16
alexander.waefler@swissolympic.ch