

## SpiritsEurope

**SpiritsEurope** ist der europäische Spitzenverband der Spirituosenindustrie. Der Lobbyverband ist bestens in Brüssel vernetzt und fällt durch besonders häufige Treffen mit Mitgliedern der EU-Kommission auf.

spiritsEUROPE	
<b>Rechtsform</b>	International not-for-profit association
<b>Tätigkeitsbereich</b>	Lobbyarbeit für die Spirituosenwirtschaft
<b>Gründungsdatum</b>	1993
<b>Hauptsitz</b>	Rue Belliard 12, 1040 Brussels
<b>Lobbybüro</b>	Rue Belliard 12, 1040 Brussels
<b>EU</b>	
<b>Webadresse</b>	<a href="http://www.spirits.eu/">http://www.spirits.eu/</a>

### Inhaltsverzeichnis

1 Lobbyausgaben und Mitglieder .....	1
2 Lobbystrategien .....	2
2.1 Treffen mit der EU-Kommission .....	2
2.2 Parliamentarian Intergroup on Wine, Spirits and Foodstuffs .....	2
2.3 Framing .....	2
2.4 Kampagnen .....	3
3 Lobbyfälle .....	4
3.1 Health Warnings on Alcoholic Beverages .....	4
3.2 Zutatenverzeichnis und Nährwertangaben .....	5
4 Bundesverband der deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. ....	5
4.1 Lobbystrategien .....	6
5 Weiterführende Informationen .....	6
6 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus .....	7
7 Einzelnachweise .....	7

## Lobbyausgaben und Mitglieder

Im europäischen Lobbyregister hat SpiritsEurope für das Jahr 2021 Lobbyausgaben zwischen 500 und 599 T € angegeben und beschäftigt 7 Lobbyist:innen, die sich mit 3,5 Vollzeitäquivalenten der Lobbyarbeit widmen. <sup>[1]</sup>

SpiritsEurope hat insgesamt 42 Mitglieder, 31 davon sind nationale Verbände, die restlichen 11 sind große Unternehmen der europäischen Spirituosenindustrie. <sup>[2]</sup>

Viele der großen Unternehmen betreiben parallel selbst Lobbyarbeit, beispielsweise [Diageo](#) mit 700-800T€ im Zeitraum von Juli 2021 bis Juni 2022 oder Pernod [Ricard](#) mit 600-700T€ im selben Zeitraum. <sup>[3][4]</sup>

Insgesamt gibt die Spirituosenindustrie circa 2,9 Millionen Euro für Lobbyarbeit auf europäischer Ebene aus.<sup>[5]</sup>

## Lobbystrategien

---

### Treffen mit der EU-Kommission

---

Besonders auffällig ist die hohe Zahl an hochrangigen Treffen mit Mitgliedern der EU-Kommission. Seit Beginn der Dokumentation im Jahr 2014 fanden laut Selbstauskunft im europäischen Lobbyregister 68 Treffen statt,<sup>[1]</sup> womit SpiritsEurope andere Lobbyverbände der Alkoholindustrie um ein Vielfaches überbietet und unter den Top-100 Lobbyorganisationen mit den meisten hochrangigen Treffen liegt.<sup>[5]</sup> Im Gegensatz dazu stehen 11 Treffen im selben Zeitraum mit der „European Alcohol Policy Alliance“,<sup>[6]</sup> der aktivsten NGO auf EU-Ebene im Bereich Alkoholregulierung.<sup>[5]</sup>

### Parliamentarian Intergroup on Wine, Spirits and Foodstuffs

---

Seit der Europawahl 2014 gibt es eine interfraktionelle Arbeitsgruppe zum Thema „Wein, Spirituosen und Lebensmittel“. 2019 forderte auch SpiritsEurope die Einrichtung einer interfraktionellen Arbeitsgruppe im Europäischen Parlament,<sup>[7]</sup> der aktuell über 100 EU-Abgeordnete angehören. Gemeinsam mit dem europäischen Lobbyverband der Weinindustrie – Comité Européen des Entreprises Vins – und der Association of European Regions for Products of Origin ist SpiritsEurope in die Arbeitsgruppe eingebunden.<sup>[8][9][1]</sup>

Ziel des Forums ist es ein Forum zu schaffen, „um geeignete politische Maßnahmen und bewährte Verfahren für [den] Sektor zu erörtern und vorzuschlagen, und eine wirksame Kommunikation und einen effektiven Informationsaustausch mit wichtigen politischen Entscheidungsträgern im Europäischen Parlament zu ermöglichen.“<sup>[7]</sup> Die Mitglieder der interfraktionellen Arbeitsgruppe, allesamt EU-Parlamentarier:innen treten regelmäßig auf Veranstaltungen der Alkoholindustrie auf. Dabei äußern sie sich gegenüber den Forderungen und Anliegen der Spirituosenindustrie immer wieder unterstützend, wie der ehemalige Präsident oder die Ko-Vorsitzende der infraktionellen Arbeitsgruppe.<sup>[10][11]</sup>

## Framing

---

Die Alkohollobby bemüht sich, Diskurse über Alkohol und dessen Schäden entsprechend der eigenen Interessen zu beeinflussen. Diese Strategie wird als Framing bezeichnet.

Eine zentrale Strategie besteht in der klaren sprachlichen Unterscheidung zwischen „normalem“ und missbräuchlichem Alkoholkonsum. In diesem Kontext spricht sich die Alkoholindustrie gegen missbräuchlichen Konsum aus und erklärt sich bereit, diesem mithilfe von Aufklärungskampagnen entgegenzutreten. Neben der Tatsache, dass aus wissenschaftlicher Perspektive Alkoholkonsum nie risikofrei sein kann, lassen auch die Konsumstatistiken an der Glaubwürdigkeit der Alkoholindustrie zweifeln, tatsächlich den missbräuchlichen Alkoholkonsum eindämmen zu wollen. Laut der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen sind in Deutschland 10% der Bevölkerung für 50% der Umsätze mit Alkohol verantwortlich,<sup>[12]</sup> was ein missbräuchliches Konsumverhalten nahelegt. Eine wirksame Reduzierung von Alkoholmissbrauch würde damit die Umsätze der Alkoholindustrie massiv einbrechen lassen.

Eine Studie von 2017, die Publikationen der Alkohollobby zum Thema Alkohol und Krebs untersuchte, identifizierte drei Strategien der Kommunikation: Verleugnen, Verzerren und Ablenken.<sup>[13]</sup> Diese drei Strategien im Umgang mit medizinischen Erkenntnissen weisen Parallelen zu den Praktiken der Tabaklobby auf. Folgende Beispiele lassen sich für die einzelnen Strategien anführen:

**Verleugnung:** In der Debatte um mögliche Werbe-Einschränkungen bzw. -Verbote vertrat der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft, ein enger Verbündeter der Alkoholindustrie bei diesem Thema, die Auffassung: „Ein positiver Zusammenhang zwischen Alkoholwerbung und Alkoholkonsum ist damit definitiv nicht gegeben. Vielmehr schafft Werbung Transparenz und verändert Marktanteile, nicht aber die grundsätzliche Einstellung für oder gegen den Konsum.“<sup>[14]</sup> Die These ist wissenschaftlich klar widerlegt. Selbst Jugendliche, die laut Selbstverpflichtung der Branche nicht die Adressaten von Alkoholwerbung sein dürfen, trinken bei Kontakt mit Werbung nachweislich mehr Alkohol.<sup>[15][16][17]</sup>

**Ablenkung:** Im Kontext des 2021 vorgestellten „Europäischen Plans gegen Krebs“ reagierte SpiritsEurope mit einem Statement, welches die Strategie der Ablenkung verdeutlicht. Dabei begrüßte SpiritsEurope den Plan der EU-Kommission, missbräuchlichen Alkoholkonsum zu reduzieren, führte aber sogleich aus: „Es wird auch wichtig sein, ein breiteres Verständnis der Risikofaktoren für Krebs zu fördern, einschließlich genetischer Faktoren, Lebensstil und Umweltfaktoren“,<sup>[18]</sup> womit der Fokus unmittelbar vom Alkohol auf andere Faktoren gelenkt wird.

**Verzerrung:** Eine weitere Strategie stellt die verzerrte Wiedergabe von wissenschaftlichen Ergebnissen dar. Auch diese Kommunikation lässt sich im Statement zum „Europäischen Plan gegen Krebs“ entdecken: Hier deutet SpiritsEurope lediglich an, dass missbräuchlicher Alkoholkonsum ein Risikofaktor für Krebserkrankungen sei, dabei erhöhen tatsächlich bereits geringe, nicht als missbräuchlich erachtete Alkoholmengen nachweislich das Krebsrisiko. In derselben Stellungnahme behauptet SpiritsEurope ebenfalls, dass die „besten Erkenntnisse zeigen [würden], dass ein leichter bis mäßiger Konsum Teil einer ausgewogenen Lebensweise sein kann.“<sup>[18]</sup>

## Kampagnen

---

SpiritsEurope betreibt zusammen mit seinen Mitgliedsunternehmen und nationalen Spirituosenverbänden die Kampagne „Responsible Drinking“.

Die Wirksamkeit von Präventionskampagnen durch Hersteller ist zumindest umstritten, in einigen Fällen sogar widerlegt.<sup>[19]</sup> Dass es nicht im Interesse der Alkoholindustrie liegt zu einer wirksamen Verringerung des Alkoholkonsums beizutragen, legt schon eine eingehende Betrachtung der Kampagnenwebseiten nahe.

Auf der Website der europäischen Kampagne verschwindet eine kurze Übersicht über die gesundheitlichen Risiken von Alkoholkonsum in einem Fließtext und es wird lediglich auf vier Umstände verwiesen, in denen Alkoholkonsum zu vermeiden ist: Minderjährigkeit, Schwangerschaft, im Verkehr oder bei bestimmter Medikamenteneinnahme.<sup>[20]</sup> Ansonsten lässt sich viel über verschiedene Spirituosen, ihre Vorzüge und Zubereitungsmöglichkeiten lernen.<sup>[21]</sup>

Die deutsche Kampagne des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure, die Teil der Bemühungen europäischer Spirituosenhersteller ist, nennt sich „Maßvoll genießen“. Bei „Maßvoll genießen“ wird zumindest etwas prominenter über die gesundheitlichen Risiken auch mit Hinblick auf Jugendliche aufgeklärt.<sup>[22]</sup> Jedoch wird auch hier auf der Startseite der Genussaspekt von Alkoholkonsum in den Mittelpunkt gestellt und beispielsweise über den gesundheitsfördernden Einsatz von Alkohol in der Medizin berichtet.<sup>[23][24]</sup>

Die Kampagnenwebseiten veranschaulichen gut, auf welche Weise die Alkohollobby ihre gesellschaftliche Verantwortung versteht und ausgestaltet.

## Lobbyfälle

---

Insbesondere auf EU-Ebene gab es in den letzten Jahren mehrere Versuche den Alkoholkonsum zu reduzieren und damit auch dessen gesellschaftliche Folgen und Kosten. Jedoch gelang es der Alkoholindustrie in Kooperation mit anderen Sektoren in vielen Fällen, geplante Regulierungen zu verhindern oder zumindest stark abzuschwächen.

Erst in den letzten Jahren konnten erste, wichtige Vorhaben auf EU-Ebene und in Mitgliedsstaaten durchgesetzt werden, wie beispielsweise „Europas Plan gegen Krebs“, wo Alkohol als relevante Krebsursache thematisiert wird, oder Irlands Plan, Warnhinweise auf alkoholischen Getränken einzuführen.<sup>[25]</sup> Auch auf internationaler Ebene konnte ein abnehmender Einfluss der Alkohollobby auf den Alkohol-Aktionsplan (2022-2030) der WHO beobachtet werden, in welchem vor einer Einmischung der Industrie in die Alkoholpolitik gewarnt wurde.<sup>[26]</sup>

## Health Warnings on Alcoholic Beverages

---

Bereits 2007 gab es seitens der EU-Kommission den Vorschlag, Warnhinweise für alkoholische Getränke einzuführen. Dies scheiterte jedoch recht schnell und selbst der damalige Gesundheitskommissar Kyprianou zeigte sich überrascht über die Aggressivität der Branche, die auch nicht vor Falschinformationen zurückschreckte.<sup>[27]</sup>

2016 informierte Irland die EU-Kommission über nationale Pläne, Gesundheitswarnungen für alkoholische Getränke einzuführen. Dies traf auf breiten Widerstand aus der Alkohollobby, unter anderem von SpiritsEurope. SpiritsEurope kritisierte die Maßnahme, da ihrer Ansicht nach eine Unterscheidung zwischen moderatem und schädlichen Alkoholkonsum fehle.<sup>[11]</sup> Dabei beruft der Verband sich auf eine selbst in Auftrag gegebene Studie, die belegen soll, dass bevölkerungsweite Maßnahmen, wie Warnhinweise auf allen alkoholischen Getränken, keinen Einfluss auf missbräuchlichen Alkoholkonsum hätten.<sup>[28]</sup> Stattdessen sollten ausschließlich zielgruppenspezifische Maßnahmen ergriffen werden, wie sie beispielsweise SpiritsEurope laut eigener Aussage mit ihren Kampagnen verfolge. Eine im European Journal of Public Health veröffentlichte (Meta-)Studie kam 2018 zum Ergebnis, dass Initiativen der Alkoholindustrie missbräuchlichen Alkoholkonsum nicht messbar verringerten. Jedoch diese Initiativen von der Alkohollobby genutzt würden, um die Wahrnehmung und Debatten im Interesse der Industrie zu beeinflussen.<sup>[29]</sup>

Im Januar 2023 erlaubte die EU-Kommission Irland nach mehreren Anläufen die Einführung der geplanten Warnhinweise. Die Leiterin der Tabak- und Alkoholkontrollabteilung des irischen Gesundheitsministeriums zeigte sich „in der Tat etwas überrascht – und etwas überrascht ist eine Untertreibung“ über die Zustimmung trotz heftigem Widerstand.<sup>[30]</sup> SpiritsEurope bedauerte die Entscheidung und forderte die EU-Kommission im Anschluss dazu auf, ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Irland einzuleiten, da die geplante Etikettierungspflicht eine unverhältnismäßige Handelsbarriere schaffen und damit die Integrität und das Funktionieren des europäischen Binnenmarkt untergraben würde.<sup>[31]</sup>

Auch die Ko-Vorsitzende der interfraktionellen Arbeitsgruppe für „Wein, Spirituosen und Lebensmittel“ kritisierte das irische Vorhaben als „gefährlichen Präzedenzfall“ für das Funktionieren des Binnenmarktes und teilte die Auffassung von SpiritsEurope, dass rechtliche Schritte gerechtfertigt sein könnten.<sup>[11]</sup>

## Zutatenverzeichnis und Nährwertangaben

---

Im Rahmen der 2014 neu beschlossenen europäischen Lebensmittel-Informationsverordnung sollte auch eine Lösung für die Kennzeichnung von alkoholischen Getränken entwickelt werden. Jedoch blieb die EU-Kommission untätig, sodass im Gegensatz zu nahezu allen anderen Lebensmitteln und Getränken weiterhin keine Zutatenverzeichnisse oder Nährwertangaben auf alkoholischen Getränken möglich waren.<sup>[32]</sup> Im Jahr 2015 forderten Europaparlamentarier im Ausschuss für Umwelt und Gesundheit die Kommission auf, einen Gesetzesvorschlag vorzulegen.<sup>[33]</sup> Zwei Jahre später räumte die EU-Kommission in einem Bericht ein, dass es „keine objektiven Gründe“ gäbe, die eine Ausnahme rechtfertigen könnten.<sup>[34]</sup> Infolgedessen forderte die EU-Kommission die Alkoholindustrie auf, innerhalb eines Jahres einen Vorschlag zur Selbstregulation von Zutatenverzeichnissen oder Nährwertangaben vorzulegen.<sup>[35]</sup>

Ergebnis war ein ausgesprochen heterogener Vorschlag, der nur von einem Teil der Alkoholindustrie getragen wurde. Zudem unterschieden sich die zugesagten Maßnahmen. Manche Hersteller zogen Off-Label per QR-Code einer vollständigen Auflistung auf dem Etikett vor.<sup>[36][37]</sup> Den Nutzen von Off-Labels zweifelte selbst die EU-Kommission in ihrem 2017 veröffentlichten Bericht an.<sup>[34]</sup> Auch bezüglich der Referenzmengen für die Angaben kam es innerhalb der Alkoholbranche zu Konflikten. Während die Bierindustrie Nährwertangaben pro 100g bevorzugte, sprachen sich SpiritsEurope und die Weinverbände für portionsabhängige Größen aus, die näher an den alkoholspezifischen Getränkegrößen lägen. Infolgedessen kam es zu offenen Auseinandersetzungen, die auch per Posterkampagnen in die Öffentlichkeit getragen wurden.<sup>[38]</sup>

Im Rahmen des 2021 veröffentlichten „Europäischen Plans gegen Krebs“ schlug die EU-Kommission verpflichtende Nährwert- und Zutatenangaben bis 2022 und Warnhinweise zur gesundheitsschädigenden Folgen von Alkohol bis Ende 2023 vor.<sup>[39]</sup> Während die Warnhinweise bereits im Februar 2022 vom Europäischen Parlament abgelehnt wurden, liegen seitens der Kommission auch 2023 noch keine konkreten Pläne zu verpflichtenden Nährwert- und Zutatenangaben vor.<sup>[40][41]</sup>

## Bundesverband der deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V.

---

Der Bundesverband der deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. (BSI) ist der wichtigste deutsche Verband zur Vertretung der „wirtschaftspolitischen Interessen der Spirituosen-Industrie und -Importeure gegenüber Parlament, Regierung [...] und gegenüber der Öffentlichkeit.“<sup>[42]</sup>

Im deutschen Lobbyregister gab der BSI an, im Jahr 2022 270 – 280 T€ für Lobbyarbeit auszugeben und 3 Lobbyist:innen zu beschäftigen.<sup>[42]</sup>

Auch im europäischen Lobbyregister ist der BSI eingetragen. Dort hat der BSI für das Jahr 2022 25.000 bis 49.999 € an Lobbyausgaben und 1 beschäftigte Lobbyistin angegeben, die sich insgesamt mit 0,25 Vollzeitäquivalenten der Lobbyarbeit widmet.<sup>[43]</sup>

Insgesamt standen dem BSI laut eigenen Angaben 2022 fast 1,5 Millionen Euro zur Verfügung.<sup>[42]</sup>

## Lobbystrategien

---

Auch für den BSI sind enge Kontakte zu Politiker:innen und das Pflegen von Netzwerken eine zentrale Lobbystrategie. So veranstaltet der BSI jährlich das „Spirituosen-Forum“ in Berlin, wo Vertreter:innen der Politik, Bundesministerien, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien geladen sind.<sup>[44]</sup> Eingeleitet wird die Veranstaltung mit einem „Politischen Gästeabend“ am Vorabend.<sup>[45]</sup> 2015 nahm Brigitte Zypries, Bundeswirtschaftsministerin von 2017 bis 2018, als Gastrednerin teil und wurde kurze Zeit später Schirmherrin der Präventionskampagne „Klartext reden!“.<sup>[46]</sup> Themen des „Spirituosen-Forums“ sind aktuelle Anliegen der Spirituosenindustrie, wie beispielsweise die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Wirtschaftssektor.<sup>[47]</sup> Häufiger wird ebenfalls das Engagement der Spirituosenindustrie für einen verantwortungsvollen Alkoholkonsum thematisiert. Dabei steht insbesondere die Kampagne des BSI „Massvoll Genießen“ und der eigene Arbeitskreis „Alkohol und Verantwortung“ im Mittelpunkt.

Auch in Brüssel veranstaltet der BSI seit 2013 regelmäßig einen „Parlamentarischen Abend“, wo sich Parlamentarier:innen aus Brüssel, Vertreter:innen aus der EU-Kommission, Unternehmer:innen sowie deutsche Politiker und Politikerinnen versammeln. Regelmäßig ist auch Renate Sommer dabei, Cheflobbyistin der Brauindustrie auf EU-Ebene.<sup>[48]</sup> Im Rahmen dieser Veranstaltungen wird deutlich, wie sich die Anwesenden die politische Regulierung von Alkohol vorstellen: Der CDU-Politiker und Genussbotschafter bemängelte, dass bei den „vielen kleinkarierten, staatlichen und europäischen Vorgaben die Schwelle zwischen gesellschaftlich notwendiger Reglementierung und blankem Unsinn zum Teil überschritten [ist]. In der EU ist es bekanntlich ein Genuss, den Anderen den Genuss zu verbieten.“<sup>[48]</sup> Auch der BSI wünscht sich „Mündige Verbraucher statt neue Gesetze“.<sup>[49]</sup>

## Weiterführende Informationen

---

- [Movendi International und IOGT-NTO: "Uncorking Big Alcohol in the EU", Report von 2022, abgerufen am 05.10.2023](#)
- [Deutsches Krebsforschungszentrum: "Alkoholatlas Deutschland 2022", Studie von 2022, abgerufen am 05.10.2023](#)
- [Bayrischer Rundfunk: "Volksdroge Alkohol - Warum dürfen wir uns zu Tode trinken", Doku vom 10.01.2019, abgerufen am 31.08.2023](#)
- [Wim van Dalen: "Die sieben Schlüsselbotschaften der Alkoholindustrie", European Centre for Monitoring Alcohol Marketing \(Hrsg.\) von Juni 2021, abgerufen am 31.08.2023](#)

## Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

---

Newsletter

Bluesky

Facebook

Instagram

## Einzelnachweise

---

1. ↑ <sup>1,01,11,2</sup> [EU-Transparenzregistereintrag SpiritsEurope 2021](#), lobbyfacts.eu, abgerufen am 05.10.2023
2. ↑ [Membership](#), spirits.eu, abgerufen am 05.10.2023
3. ↑ [EU-Transparenzregistereintrag Diageo 2022](#), lobbyfacts.eu, abgerufen am 05.10.2023
4. ↑ [EU-Transparenzregistereintrag Pernod Ricard 2022](#), lobbyfacts.eu, abgerufen am 05.10.2023
5. ↑ <sup>5,05,15,2</sup> [Uncorking Big Alcohol in the EU](#), movendi.ngo, abgerufen am 05.10.2023
6. ↑ [EU-Transparenzregistereintrag European Alcohol Policy Alliance 2021](#), lobbyfacts.eu, abgerufen am 05.10.2023
7. ↑ <sup>7,07,1</sup> [Press Releases](#), spirits.eu, abgerufen am 05.10.2023
8. ↑ [EU-Transparenzregistereintrag CEEV 2022](#), lobbyfacts.eu, abgerufen am 05.10.2023
9. ↑ [EU-Transparenzregistereintrag AREPO 2022](#), lobbyfacts.eu, abgerufen am 05.10.2023
10. ↑ [News](#), herbert-dorfmann.eu, abgerufen am 05.10.2023
11. ↑ <sup>11,011,111,2</sup> [The EU booze industry is up in arms over Irish health warnings. Why?](#), politico.eu, abgerufen am 05.10.2023
12. ↑ [Volksdroge Alkohol - warum dürfen wir uns zu Tode trinken?](#), br.de, abgerufen am 05.10.2023
13. ↑ [How alcohol industry organisations mislead the public about alcohol and cancer](#), wiley.com, abgerufen am 05.10.2023
14. ↑ [Alkoholwerbung mit Nebenwirkungen](#), drugcom.de, abgerufen am 05.10.2023
15. ↑ [Studie: Alkoholwerbung wirkt](#), tagesspiegel.de, abgerufen am 05.10.2023
16. ↑ [European longitudinal study on the relationship between adolescents' alcohol marketing exposure and alcohol use](#), wiley.com, abgerufen am 05.10.2023
17. ↑ [Alcohol marketing and youth alcohol consumption: a systematic review of longitudinal studies published since 2008](#), wiley.com, abgerufen am 05.10.2023
18. ↑ <sup>18,018,1</sup> [spiritsEUROPE's statement on EU plans to reduce harmful alcohol consumption in the context of Europe's Beating Cancer Plan](#), spirits.eu, abgerufen am 05.10.2023
19. ↑ [Warum hat der Alkohol dieses Land so fest im Griff?](#) Tagesspiegel vom 16.07.2023, abgerufen am 05.10.2023
20. ↑ [Enjoy with Moderation](#), responsiblydrinking.eu, abgerufen am 05.10.2023
21. ↑ [What is in a Spirit Drink?](#), responsiblydrinking.eu, abgerufen am 05.10.2023
22. ↑ [Risiken](#), massvoll-geniessen.de, abgerufen am 05.10.2023
23. ↑ [Genießen mit allen Sinnen](#), massvoll-geniessen.de, abgerufen am 05.10.2023
24. ↑ [Alkohol in der Medizin - vom Franzbranntwein bis Retterspitz](#), massvoll-geniessen.de, abgerufen am 05.10.2023
25. ↑ [Die Zukunft der Alkoholpolitik in der Europäischen Union](#), alkoholpolitik.de, abgerufen am 05.10.2023
26. ↑ [Die Alkoholindustrie beeinflusst die globale Alkoholpolitik - aber sie könnte an Einfluss verlieren](#), alkoholpolitik.de, abgerufen am 05.10.2023
27. ↑ ["Warnung light" schont die Alkohol-Lobby](#), tagesspiegel.de, abgerufen am 05.10.2023

28. ↑ [The Missing Link: new report suggests targeted action, rather than population-wide measures, may be tool of choice in the fight against harmful alcohol consumption](#), spirits.eu, abgerufen am 05.10.2023
29. ↑ [Alcohol industry corporate social responsibility initiatives and harmful drinking: A systematic review](#), researchgate.net, abgerufen am 05.10.2023
30. ↑ [Brüssel gibt Irland grünes Licht für Warnhinweise auf Alkohol](#), euractiv.de, abgerufen am 05.10.2023
31. ↑ [spiritsEUROPE calls for investigation into the Irish new alcoholic beverages labelling rules](#), spirits.eu, abgerufen am 05.10.2023
32. ↑ [EU-Kommission verschiebt erneut Bericht zur Alkohol-Kennzeichnung](#), euractiv.de, abgerufen am 05.10.2023
33. ↑ [Alkohol soll Kalorien-Kennzeichnung bekommen](#), bild.de, abgerufen am 05.10.2023
34. ↑ <sup>34,034,1</sup> [Bericht über die verpflichtende Kennzeichnung alkoholischer Getränke mit dem Zutatenverzeichnis und der Nährwertdeklaration](#), eur-lex.europa.eu, abgerufen am 05.10.2023
35. ↑ [Kennzeichnung alkoholischer Getränke: Kommissionsbericht fordert die Branche zur Selbstregulierung auf](#), ec.europa.eu, abgerufen am 05.10.2023
36. ↑ [Zivilgesellschaft fordert unverzügliche Veröffentlichung des Vorschlags der Europäischen Kommission zur verpflichtenden Kennzeichnung von Alkohol](#), alkoholpolitik.de, abgerufen am 05.10.2023
37. ↑ [Selbstverpflichtungsinitiative von spiritsEUROPE](#), kleinbrennerei.de, abgerufen am 05.10.2023
38. ↑ [Bier- und Spirituosenhersteller im Streit um Kalorienangaben](#), euractiv.de, abgerufen am 05.10.2023
39. ↑ [Alcohol labelling](#), europarl.europa.eu, abgerufen am 05.10.2023
40. ↑ [The future of alcohol labelling in Europe](#), euractiv.eu, abgerufen am 05.10.2023
41. ↑ [What To Know About EU Alcohol & Wine Label Regulations and Requirements](#), bluebite.com, abgerufen am 05.10.2023
42. ↑ <sup>42,042,142,2</sup> [Registereintrag BSI 2022](#), Deutsches Lobbyregister, abgerufen am 05.10.2023
43. ↑ [EU-Transparenzregistereintrag BSI 2022](#), lobbyfacts.eu, abgerufen am 05.10.2023
44. ↑ [21. Spirituosen-Forum des BSI „Herausforderungen: Sicherheit, Nachhaltigkeit, Verantwortung“](#), spirituosens-verband.de, abgerufen am 05.10.2023
45. ↑ [Politischer Gästeabend 2017 und 16. Spirituosen-Forum des BSI](#), drinks-magazin.com, abgerufen am 05.10.2023
46. ↑ [Wie die Alkoholindustrie uns dazu bringt, immer weiter zu trinken](#), correctiv.org, abgerufen am 05.10.2023
47. ↑ [19. Spirituosen-Forum des BSI](#), spirituosens-verband.de, abgerufen am 05.10.2023
48. ↑ <sup>48,048,1</sup> [BSI veranstaltete ersten Parlamentarischen Abend in Brüssel](#), about-drinks.com, abgerufen am 05.10.2023
49. ↑ [BSI in Brüssel: Mündige Verbraucher statt neue Gesetze](#), meining.de, abgerufen am 05.10.2023