vinetur

Polens Unterhaus leitet Alkoholgesetz mit Werbeverbot für alkoholfreies Bier an den Präsidenten weiter

Wird das Gesetz verabschiedet, ist der Verkauf von Alkohol zum Mitnehmen von 22 bis 6 Uhr untersagt; Beschränkungen für Rabatte und Markenwerbung gelten ab 2027.

Freitag, 20. November 2026



Das polnische Unterhaus, der Sejm, stimmte am Donnerstag, dem 19. November, den meisten Änderungen des Senats an einem umfassenden Gesetz zur Alkoholregulierung zu. Damit bleibt das geplante Verbot bestehen, alkoholfreies Bier unter Alkoholmarken zu bewerben, und der Gesetzentwurf wird dem Präsidenten zur Unterzeichnung vorgelegt.

Bei der Abstimmung ging es um Änderungen am polnischen Gesetz zur Nüchternheit und zur Bekämpfung des Alkoholismus sowie um damit verbundene Regelungen zur Gesundheitsversorgung. Die Abgeordneten nahmen die meisten der 21 Änderungen des Senats an. Sie lehnten jedoch eine Änderung ab, die Werbung für alkoholfreies Bier erlaubt hätte. Damit bleibt es bei der strengeren Fassung des Gesetzentwurfs, die zuvor vom Gesundheitsausschuss des Sejm unterstützt worden war.

Wird das Gesetz unterzeichnet, gilt landesweit ein Verbot des Verkaufs von Alkohol zum Mitnehmen im Einzelhandel zwischen 22 und 6 Uhr. Die Beschränkung gilt nicht für Bars, Restaurants und andere Gastronomiebetriebe; auch Flughäfen sind ausgenommen. Kommunen erhalten zudem die Möglichkeit, das Verbot vor Ort auszuweiten, indem sie es bereits um 21 Uhr beginnen oder bis 9 Uhr verlängern.

Das Gesetz soll auch die Vorschriften für Alkoholwerbung und Verkaufsförderung verschärfen. Dem Gesetzentwurf zufolge wäre Alkoholwerbung, einschließlich Bierwerbung, verboten. Verstöße könnten mit Geldbußen von 30.000 bis 1 Million Złoty oder nach polnischem Recht mit einer Freiheitsbeschränkung geahndet werden. Zugleich sieht der Entwurf mehrere begrenzte Ausnahmen vor.

Eine der wichtigsten Änderungen für Händler und Hersteller ist eine umfassendere Definition der Verkaufsförderung für Alkohol. Die vom Sejm angenommenen Änderungen des Senats stellen klar, dass darunter Rabatte, Mehrfachpackungen und Treueprogramme fallen. Erfasst würden damit auch gängige Angebote im Handel wie „6+6“ oder „12+12“. Alkoholwerbung bliebe in Großhandelsbetrieben, Gastronomiebetrieben und Geschäften erlaubt, die ausschließlich Alkohol verkaufen. Bis Ende 2030 dürften Verkaufsstellen außerdem weiterhin Kühlschränke und andere Geräte mit Alkoholmarken verwenden.

Der Gesetzentwurf sieht separate Ausnahmen für Teile der Wein- und Craftbierbranche vor. Er definiert „eno-kulinarische Veranstaltungen“, bei denen Informations- und Kulturbotschaften zu Weinprodukten zulässig wären. Die Ausnahmen wurden außerdem auf Bildungsveranstaltungen und den kulinarischen Tourismus von Craft-Brauereien sowie auf Informations- und Kulturkommunikation im Zusammenhang mit Craftbier ausgeweitet.

Diese Details sind weit über die Gesundheitspolitik hinaus von Bedeutung. Wird der Gesetzentwurf Gesetz, könnte er Öffnungszeiten, Rabattstrategien und Markenvermarktung in einem der größeren Getränkemärkte Europas verändern und Brauereien, Weingüter, Spirituosenhersteller, Importeure und Händler mit Geschäft in Polen betreffen. Besonders bedeutsam wären die geplanten Vorschriften für Unternehmen, die auf Paketangebote, Markenauftritte auf Geräten im Handel oder den Transfer von Marken aus dem alkoholischen in den alkoholfreien Getränkebereich setzen.

Die Brauwirtschaft hat bereits Widerstand geleistet. In einer Stellungnahme gegenüber Forsal.pl sagte Bartłomiej Morzycki, Generaldirektor des polnischen Brauereiverbands, das Gesetz werfe schwerwiegende verfassungsrechtliche Fragen auf. Außerdem könne infrage stehen, ob die vorgeschriebenen Notifizierungsverfahren der Europäischen Union eingehalten wurden. Das Gesetzgebungsverfahren habe sich seiner Ansicht nach zu stark auf Bier und Bierwerbung konzentriert und dabei die seiner Meinung nach wichtigsten Ursachen schädlichen Alkoholkonsums außer Acht gelassen, darunter Spirituosen in kleinen Gebinden. Er kritisierte auch, dass alkoholfreies Bier bei den Werbevorschriften genauso streng behandelt werden solle wie Wodka. Damit werde eine Produktkategorie ignoriert, die immer mehr Verbraucher als Alternative zu Alkohol nutzten.

Das Gesetz ist noch nicht in Kraft. Es muss zunächst vom Präsidenten unterzeichnet und anschließend im Amtsblatt veröffentlicht werden, bevor die neuen Vorschriften wirksam werden können. Nach der nach den Änderungen des Senats verabschiedeten Fassung soll das Gesetz am 1. Juni 2027 in Kraft treten.