vinetur

Polens Präsidialamt prüft Beschränkungen für Alkoholwerbung und nächtlichen Verkauf

Ausländische Modelle und Expertenmeinungen sollen zeigen, ob strengere Alkoholregeln zu den Bedingungen in Polen passen

Montag, 23. November 2026



Das Präsidialamt Polens prüft Vorschläge, die Alkoholwerbung verbieten und den nächtlichen Verkauf von Alkohol einschränken würden. Sollten sie verabschiedet werden, könnten sie die Regeln für den Verkauf und die Vermarktung von Bier, Wein und Spirituosen im ganzen Land verschärfen.

Am Montag, dem 23. November, sagte Minister Leśkiewicz in einem Interview in der Morgensendung von TOK FM, das Präsidialamt prüfe mögliche Maßnahmen, bevor eine Entscheidung getroffen werde. Informationen der Kanzlei des Präsidenten zufolge geht es dabei vor allem darum, ob solche Beschränkungen in anderen Ländern Wirkung gezeigt haben und wie sie an die Bedingungen in Polen angepasst werden könnten.

Die Vorschläge sollen Schäden durch übermäßigen Alkoholkonsum verringern. Das Präsidialamt erklärte, die Beschränkungen würden als Teil umfassenderer Bemühungen geprüft, die öffentliche Gesundheit zu schützen und die mit Alkoholmissbrauch verbundenen sozialen Probleme und Probleme der öffentlichen Sicherheit zu mindern – insbesondere in den späten Nachtstunden.

Leśkiewicz sagte, die Konsultation von Experten und der Öffentlichkeit werde eine wichtige Rolle dabei spielen, den Umfang und die Einzelheiten eines möglichen Werbeverbots oder einer Verkaufsbeschränkung festzulegen. Das deutet darauf hin, dass das Präsidialamt die Maßnahmen nicht als automatische Entscheidung behandelt, sondern zunächst ihre voraussichtlichen Auswirkungen abwägt.

Die offiziellen Äußerungen lassen erkennen, dass zwei Bereiche besonders geprüft werden. Der eine ist die Werbung: Ein umfassenderes Verbot würde die Art und Weise verändern, wie Alkoholhersteller und Händler Verbraucher erreichen. Der andere ist der nächtliche Zugang zu alkoholischen Getränken: Beschränkungen der Verkaufszeiten könnten Convenience-Stores, Supermärkte, Tankstellen und andere Verkaufsstellen betreffen, die nach Einbruch der Dunkelheit Alkohol verkaufen.

Für die Getränkeindustrie steht viel auf dem Spiel. Beschränkungen der Alkoholwerbung im ganzen Land könnten die Marketingstrategien von Brauereien, Weinproduzenten und Spirituosenunternehmen verändern. Ein Verbot des nächtlichen Verkaufs könnte zudem die Verkaufsstrukturen in einem großen Verbrauchermarkt beeinflussen. Die Auswirkungen würden davon abhängen, wie weit ein mögliches

Verbot reicht, welche Produkte davon erfasst werden und ob Ausnahmen zulässig sind.

Das Präsidialamt hat die Diskussion als politische Prüfung und nicht als endgültige Entscheidung dargestellt. In seinen öffentlichen Äußerungen hebt es Erkenntnisse aus dem Ausland und die Anpassung möglicher Vorschriften an die Verhältnisse vor Ort in Polen hervor. Das deutet darauf hin, dass die Verantwortlichen nicht nur die Argumente für den Gesundheitsschutz, sondern auch die praktische Umsetzbarkeit der Regeln prüfen wollen.

Das Thema ist politisch sensibel, weil die Regulierung von Alkohol mehrere konkurrierende Interessen berührt, darunter Gesundheitspolitik, Wirtschaft, Zugang für Verbraucher und öffentliche Ordnung. Indem das Präsidialamt die Frage in den Zusammenhang mit Expertenkonsultationen und vergleichenden Analysen stellt, signalisiert es, dass die nächste Entscheidung auf einer belastbaren Grundlage stehen soll.

Leśkiewiczs Äußerungen zeigen außerdem, dass sich die Debatte in Polen nicht allein um den Konsum selbst dreht, sondern auch um Bedingungen, die starken Alkoholkonsum begünstigen können – etwa die Verfügbarkeit zu später Stunde und die kommerzielle Vermarktung. Damit ist die aktuelle Prüfung Teil einer breiteren europäischen Entwicklung, in deren Rahmen Regierungen Beschränkungen für Alkoholwerbung und -zugang als Mittel gegen Abhängigkeit, Gewalt und andere alkoholbedingte Schäden untersucht haben.

Nach dem Auftritt bei TOK FM wurde keine endgültige Entscheidung bekannt gegeben. Das Präsidialamt machte jedoch deutlich, dass die Vorschläge weiterhin geprüft werden und noch vor einer Entscheidung über eine Unterzeichnung auf dem Tisch liegen. Bis dahin dürften Alkoholhersteller, Händler und Werbetreibende in Polen genau beobachten, wie weit die Beschränkungen gehen könnten.