

INTERNATIONALE MARKETINGPRINZIPIEN



**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**

INTERNATIONALE MARKETINGPRINZIPIEN

Die Zeiten ändern sich, nicht aber die Prinzipien. Sie sind maßgeblich für die Entscheidungen, die wir treffen, und beeinflussen, wie wir von anderen beurteilt werden. Im Einklang mit unserer Mission, „eine bessere Zukunft“ (A better tomorrow) zu schaffen, stellen unsere internationalen Marketingprinzipien (IMP) sicher, dass wir alle unsere Produkte weiterhin verantwortungsvoll und nachhaltig vermarkten, damit unsere globalen Marken erfolgreich wachsen.

Jugendliche sollten niemals rauchen oder tabak- oder nikotinhaltige Produkte konsumieren.

Wir verpflichten uns, unsere internationalen Marketingprinzipien auf alle unsere Produkte anzuwenden und in jedem Markt, in dem wir tätig sind, die gleichen hohen Standards einzuhalten, selbst wenn diese strenger sind als die geltenden Gesetze des jeweiligen Landes.

Da die von uns vertriebenen Produkte unterschiedliche Risikoprofile haben, wird auch die Art und Weise, wie wir unseren Anspruch eines verantwortungsvollen Marketings einlösen, entsprechend variieren.

Unsere Zigaretten vermarkten wir verantwortungsbewusst entsprechend den Präferenzen der erwachsenen Raucher von heute.

Produkte mit potenziell geringerem Risiko können ihren Beitrag zur Verringerung der schädlichen Folgen des Tabakkonsums nur dann voll ausschöpfen, wenn der erwachsene Verbraucher über die notwendigen Informationen verfügt, um fundierte Entscheidungen treffen zu können. Daher ist es von elementarer Bedeutung, den Konsumenten klare und aussagekräftige Informationen über unsere Produkte zur Verfügung zu stellen.

WIR ORIENTIEREN UNS AN FOLGENDEN ZEHN LEITIDEEN

- | | |
|--|--|
| 1. Eine bessere Zukunft | Unsere Zielvorgabe und Verpflichtung gegenüber unseren vielfältigen Stakeholdern |
| 2. Wahlmöglichkeiten der Verbraucher | Ein klares Bekenntnis zu einem Produktsortiment, das dem Konsumenten eine Wahl bietet |
| 3. Nur für Erwachsene | Unser Geschäft und unser Marketing richten sich ausschließlich an Erwachsene |
| 4. Jederzeit verantwortungsvoll | Kompromissloses Bekenntnis zur Verantwortung bei allem, was wir tun |
| 5. Forschungsbasiert | Erstklassige Forschung ist die Basis für unser Geschäft und unser Produktportfolio |
| 6. Volle Transparenz | Volle Transparenz über die Art und Weise, wie wir unser Geschäft betreiben |
| 7. Nachhaltige Zukunft | Unser Streben und unser Ziel liegen darin, ein nachhaltiges Unternehmen für nachfolgende Generationen aufzubauen |
| 8. Effektive Partnerschaften | Die Herausforderungen unseres Geschäfts können wir nicht allein lösen; wir werden daher geeignete Partner ausfindig machen |
| 9. Vielfalt | Als wahrhaft globales Unternehmen haben wir den Anspruch, in jeder Hinsicht vielfältig zu sein |
| 10. Neue Generation erwachsener Verbraucher | Auf unbefriedigte und sich entwickelnde Verbraucherbedürfnisse eingehen |

UNSERE PRINZIPIEN

Unsere Konzerngesellschaften sowie jeder, der für uns tätig ist, müssen diese Marketingprinzipien übernehmen und versuchen, sie jederzeit in bester Absicht anzuwenden.

Unser Marketing ist über sämtliche Produkte hinweg:

1 - Verantwortungsvoll

2 - Präzise und nicht irreführend

3 - Auf erwachsene Verbraucher ausgerichtet

4 - Transparent

5 - Konform mit allen geltenden Gesetzen



**BRITISH AMERICAN
TOBACCO**