

## **Öffentliche Anhörung vor dem Finanzausschuss zum „Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor den Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums“ – Drucksache 15/2587**

**Stellungnahme von Dr. Elisabeth Pott**

**Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln**

Als Bundesbehörde hat die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) den Auftrag bundesweit Präventionsmaßnahmen durchzuführen. Sie trägt im Rahmen der seit 1973 regelmäßig durchgeführten Repräsentativerhebungen auch zur nationalen Berichterstattung über Trends im Konsum illegaler und legaler Drogen bei. So hat die BZgA auch bereits 1998 eine erste Repräsentativbefragungen zu Alkopops durchgeführt, die im Jahre 2003 wiederholt wurde. Diese Studien zu „Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alkopops“ dokumentieren sehr eindrücklich die besorgniserregende Entwicklung im Alkoholkonsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Als zentrale Ergebnisse der BZgA-Befragungen sind hervorzuheben:

- Im Vergleich zur ersten Befragung aus dem Jahr 1998 wurden im Jahr 2003 vier Mal so viel Alkopops in der Gesamtbevölkerung gekauft (12 % gegenüber 3 %). Bei den Käufern bis 29 Jahre hat sich das Kaufverhalten versechsfacht (von 7 % auf 40 %).
- Mit der Kaufhäufigkeit steigt auch der Konsum: Tranken 1998 9 % der 14- bis 29-Jährigen mindestens einmal im Monat Alkopops, so sind es fünf Jahre später bereits 42 %, also etwa fünfmal so hoch. Bei den 14- bis 17-Jährigen liegt der Anteil sogar bei 48 %.
- Der Anteil der 14- 29-jährigen Männer, die mindestens einmal im Monat Alkopops trinken, hat sich von 1998 bis 2003 fast vervierfacht (1998: 12 %, 2003: 43 %), bei Frauen dieser Altersgruppe stieg der Alkopops-Konsum von 6 % im Jahre 1998 auf 40 % im Jahr 2003, also etwa um das Siebenfache.
- Die starke Ausbreitung des Konsums von Alkopops unterbricht einen langjährigen rückläufigen Trend im Alkoholkonsum von Jugendlichen (wie er in den von der BZgA durchgeführten Repräsentativerhebungen zur Drogenaffinität Jugendlicher nachgewiesen ist). Der Anteil der 12- bis 25- Jährigen, die mindestens einmal pro Woche Bier, Wein/Sekt und Spirituosen trinken hatte sich von 1979 bis 2003 deutlich reduziert: Bei Bier von 38 % auf 22 %, bei Wein/Sekt von 10 % auf 8 % und bei Spirituosen von 9 % auf 4 %.
- Bei den 14- bis 17-Jährigen sind die Alkopops sogar zum beliebtesten Getränk geworden. 48 % der Jugendlichen unter 18 Jahren trinken mindestens einmal pro Monat Alkopops. Beim Bier sind es 35 %; beim Wein 22 %. Bemerkenswert ist auch, dass mehr als die Hälfte (54 %) der jungen Befragten angeben, eigentlich keinen

hochprozentigen Alkohol zu trinken. Über den Gebrauch von Alkopops konsumieren insgesamt 75 % der Jugendlichen aber in hohem Maße doch Spirituosen.

- Besonders bedenklich ist, dass Alkopops gerade für Jugendliche Anreiz zu Rauschtrinken geben: 21 % der Jugendlichen haben in einem Zeitraum von 30 Tagen ein oder mehrmals 5 oder mehr Flaschen Alkopops hintereinander konsumiert.

(Die Repräsentativerhebungen zu „Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alkopops 2003“ finden Sie unter [www.bzga.de/bzga-stat/studien/daten/stud.htm](http://www.bzga.de/bzga-stat/studien/daten/stud.htm) im Internet.)

Die Jugendlichen, die Alkopops kennen, haben von diesen Getränken überwiegend aus der Werbung erfahren. Die Bekanntheit von Alkopops ist also in erster Linie von der Werbung der Alkoholindustrie abhängig: Von den Werbemaßnahmen werden 90 % der Jugendlichen erreicht. Die Gefahren, die mit dem Konsum von Alkopops einhergehen, werden durch die scheinbare Harmlosigkeit verklärt, mit der die Mixgetränke vermarktet werden.

Die besonderen Gefährdungen, die für die jungen Konsumenten von den Alkopops ausgehen, liegen im hohen Zucker- und Alkoholgehalt sowie im Kohlensäuregehalt der spirituosenhaltigen Getränke. Dabei darf nicht übersehen werden, dass jede Flasche Alkopops bei einem Alkoholgehalt von 5 – 6% etwa 12 bis 13 Gramm reinen Alkohol enthält. Damit stecken in jeder Flasche etwa zwei Schnapsgläschen voll hochprozentigem Alkohol. Mit welchen Folgen das verbunden ist, sei an nachfolgendes Beispiel verdeutlicht: Wenn ein 14-jähriges Mädchen, mit einem Körpergewicht von ca. 48 kg zwei Flaschen Alkopops – mit etwa 24 Gramm reinem Alkohol – getrunken hat, weist sie einen Alkoholgehalt von ungefähr 0,9 Promille im Blut auf! Der süße Geschmack der Mixgetränke überdeckt den Spirituosengeschmack und vermittelt so oft den Eindruck eines Erfrischungsgetränks. Der Zucker und die Kohlensäure in den Getränken beschleunigen darüber hinaus noch die Aufnahme des Alkohols in den Blutkreislauf mit der Folge, dass Jugendliche von den Alkopops schneller betrunken werden. Weil die Alkopops harmlos süß und erfrischend schmecken, wird die Hemmschwelle Alkohol zu trinken auch bei denen, die sonst gar keine Spirituosen konsumieren würden, herabgesetzt.

Aufgrund der noch nicht abgeschlossenen körperlichen Entwicklung sind Kinder und Jugendliche einem erheblichen gesundheitlichen Risiko durch den Konsum von Alkopops ausgesetzt. Bei diesen jungen Konsumenten besteht auch die Gefahr, dass sich in vergleichsweise kurzer Zeit eine Alkoholabhängigkeit entwickelt. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung findet deshalb die Initiative der Bundesregierung zu einer Besteuerung von Alkopops richtig, da bekannt ist, dass gerade Jugendliche sehr preissensitiv reagieren.

Eine nachhaltige Wirkung der Preissteigerung wird allerdings nur erreicht, wenn gleichzeitig intensive Präventionsmaßnahmen durchgeführt werden. Damit langfristig der Alkoholkonsum gesenkt wird, ist eine Kombination aus strukturellen Maßnahmen, wie sie die geplante Steuererhöhung darstellt, und verhaltensbezogenen Maßnahmen, wie sie im Bereich der Prävention durchgeführt werden, notwendig. Es besteht weitgehende Einigkeit unter den Experten im Bereich der Öffentlichen Gesundheitsförderung, dass mit einer Kombination von struktur- und verhaltensbezogenen Maßnahmen („Policy Mix“) die besten Effekte zu erreichen sind. Mit der jetzt geplanten Steuererhöhung wird eine wesentliche Voraussetzung für die Konsumreduktion von Alkopops geschaffen. Die notwendigen präventiven Maßnahmen müssen die gesundheitlichen Gefahren bewusst machen und Hilfen zur Verhaltensänderung anbieten. Mit der geplanten Zweckbindung von Mitteln aus der Sondersteuer auf Alkopops können diese Maßnahmen finanziert werden.

Mit der nationalen Dachkampagne „Alkohol. Verantwortung setzt die Grenze.“ hat die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung in Kooperation mit den Bundesländern eine Grundlage für die Alkoholprävention in der Allgemeinbevölkerung geschaffen. Die Problematik des Alkoholkonsums bei Jugendlichen wird hier z.B. unter dem Aspekt des Vorbildverhaltens berücksichtigt. Darüber hinaus weist die BZgA im Rahmen der direkt auf Jugendliche gerichteten Kampagne „Bist du stärker als Alkohol?“, in ihrem Internetangebot [www.drugcom.de](http://www.drugcom.de) und in anderen Materialien bereits auf die besonderen Gefahren und Probleme im Zusammenhang mit dem Konsum von Alkopops hin:

- Unter [www.drugcom.de](http://www.drugcom.de) informiert die BZgA Jugendliche und junge Erwachsene über Alkohol, seine Wirkung und seine Gefahren. In den Monaten Februar und März wurde speziell die Problematik ‚Alkopops‘ zum ‚Thema des Monats‘ gewählt.
- Unter [www.bist-du-staerker-als-alkohol.de](http://www.bist-du-staerker-als-alkohol.de) informiert die BZgA ebenfalls rund um das Thema Alkohol. Mit der gleichnamigen Sommeraktion wird die BZgA auch in diesem Jahr wieder in deutschen und europäischen Ferienregionen vertreten sein und Jugendliche u.a. mit den Informationen im „Nassen Blatt“ auf ihren Alkoholkonsum, insbesondere auf ihren Konsum von Alkopops, ansprechen.
- Unterrichtsmaterial für die Klassen 5 bis 10 zum Thema „Alkohol“ wird von der BZgA im 1. Halbjahr 2004 zur Verfügung stehen. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Thema Alkopops.
- In Kooperation mit der deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) ist ein Faltblatt für Eltern und andere Betreuer von Jugendlichen zum Thema Alkopops in Vorbereitung.

Bei der BZgA besteht mit diesen Angeboten zurzeit eine sehr gute Ausgangsbasis für ergänzende Präventionsmaßnahmen. Insbesondere die Sommerkampagne „Bist du stärker als Alkohol?“ bietet auf der Grundlage des ‚Peer-Education‘-Ansatzes mit ihrer Mischung aus

direkter Ansprache von Jugendlichen durch geschulte Vertreter der Zielgruppe, den so genannten ‚Peers‘, und jugendgerechten Informationsmaterialien einen entwicklungsfähigen Ansatz. Im Rahmen eines umfassenden Kooperationsprojektes mit verschiedenen Institutionen auf Bundes- und Länderebene ist eine bundesweite Ausweitung des Peer-Projektes „Bist du stärker als Alkohol?“ möglich. Neben einem verstärkten Einsatz von „Peers“ zur direkten Ansprache von Jugendlichen und der Ausweitung der Streuung von Informationsmaterial sollten z.B. auch massenmediale Maßnahmen zur Stärkung einer kritischen Haltung von Jugendlichen gegenüber Alkohol realisiert werden. Aufgrund der derzeit zur Verfügung stehenden Ressourcen ist die Verbreitung und Implementierung dieser Maßnahme - aber auch der anderen Maßnahmen und Projekte – zur Alkoholprävention bei Jugendlichen nur sehr begrenzt möglich.

Bei der BZgA liegen umfangreiche Erfahrungen in der Planung, Durchführung und Evaluation komplexer und auf Dauer angelegter Präventionskampagnen vor. Auf diese Erfahrungen kann bei der Gestaltung einer nationalen Alkoholpräventionskampagne zurückgegriffen werden.