

Stellungnahme der Kinderkommission des Deutschen Bundestages
zu alkoholischen Mixgetränken

(Beschluss der Kinderkommission vom 10. März 2004)

Die Kommission zur Wahrnehmung der Belange der Kinder (Kinderkommission) des Deutschen Bundestages ist besorgt über die von alkoholischen Premixgetränken ausgehenden Gefahren, insbesondere im Hinblick auf die Gruppe der 14- bis 19-jährigen Jugendlichen.

Bei alkoholischen Premixgetränken unterscheidet man zwischen den sogenannten Alcopops, die aus destilliertem Alkohol und Limonade bestehen, und sonstigen auf Bier und Wein basierenden Premixgetränken. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) hat in einer repräsentativen Befragung die Bekanntheit, den Kauf und den Konsum solcher Produkte untersucht. Danach ist im Vergleich zum Jahr 1998 der Konsum von alkoholischen Premixgetränken in der Bevölkerung deutlich angestiegen, wobei besonders stark die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen betroffen ist. Teilt man diese nochmals in zwei Untergruppen auf, so wird deutlich, dass speziell die jüngeren Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren deutlich häufiger Premixgetränke zu sich nehmen als die 20- bis 29-Jährigen. 17 Prozent der 14- bis 19-Jährigen trinken mindestens einmal pro Woche und 34 Prozent einmal bis mehrmals im Monat alkoholische Premixgetränke. Von den 14- bis 29-Jährigen hatten 49 Prozent in den letzten 30 Tagen vor der Befragung alkoholische Premixgetränke zu sich genommen; bei der Gruppe der 14- bis 19-Jährigen waren es 59 Prozent. Eine Auswertung der Daten speziell der minderjährigen (14- bis 17-jährigen) Jugendlichen ergab, dass in dieser Altersgruppe insgesamt 75 Prozent alkoholische Premixgetränke konsumieren. Von den 14- bis 17-Jährigen hatten 42 Prozent im letzten Monat auch alkoholische Premixgetränke gekauft; davon 26 Prozent ein- bis zweimal im Monat. Dies ist besonders erschreckend, da eine Großzahl der Mischgetränke erst ab dem 18. Lebensjahr verkauft werden darf. Zur Bekanntheit dieser Getränke nannten fast alle 14- bis 29-Jährigen die Werbung (95 Prozent) und überdurchschnittlich häufig auch Supermärkte (76 Prozent), Freunde (59 Prozent), Tankstellen (62 Prozent) und Discos (61 Prozent) als Informationsquelle.

Die Landeskoordinierungsstelle für Suchtvorbeugung in Nordrhein-Westfalen führt den Erfolg alkoholischer Premixgetränke insbesondere auf deren fruchtigen Geschmack und die Überdeckung des Alkoholgeschmacks zurück, der von Jugendlichen, insbesondere von Mädchen, geschätzt werde. Dabei enthielten die meisten dieser Mixgetränke pro 275-ml-Flasche 5-6 Vol.-% Alkohol, was mehr sei, als z. B. zwei Schnapsgläser Korn.

Die Kinderkommission schätzt auf der Grundlage dieser Daten die Gefährlichkeit alkoholischer Premixgetränke gerade für Jugendliche im Alter zwischen 14 und 19 Jahren als äußerst hoch ein. Die Verfügbarkeit dieser Getränke als fertige Mischung in bunten Farben sowie deren Geschmack suggerieren – im Gegensatz zum tatsächlichen Alkoholgehalt – die Harmlosigkeit eines nichtalkoholischen Limonadengetränks. Dieser Effekt wird noch verstärkt, wenn alkoholische Premixgetränke in den Supermärkten direkt neben solchen nichtalkoholischen Erfrischungsgetränken angeboten werden. Entsprechende Werbebotschaften können ihr Übriges zu diesem Bild beitragen.

Im Gegensatz zu diesem Image sind alkoholische Premixgetränke jedoch keineswegs harmlos. Schon in kleinen Mengen kann Alkohol Schäden bei dem in der Entwicklung befindlichen Körper von Kindern und Jugendlichen auslösen. Regelmäßiger Alkoholkonsum kann zum Erlernen eines problematischen Verhaltens führen, wobei zu befürchten ist, dass alkoholische Premixgetränke viele Kinder und Jugendliche zum Einstieg in den Alkoholkonsum verführen.

Die Kinderkommission des Deutschen Bundestages empfiehlt daher:

- Die Bundesregierung sollte in einer Aufklärungskampagne über die von alkoholischen Premixgetränken ausgehenden Gefahren gerade für Kinder und Jugendliche informieren. Eine Beteiligung der Jugendhilfe wie auch der Krankenkassen ist dabei wünschenswert.
- Die Länder sollten darauf hinwirken, dass die Kontrollen einschlägiger Verkaufsstellen verstärkt werden, um auch auf diese Weise die Einhaltung des Jugendschutzgesetzes zu gewährleisten und somit den Zugang zu alkoholischen Premixgetränken für Minderjährige zu erschweren.
- Die Hersteller alkoholischer Mixgetränke sollten dazu verpflichtet werden, den Alkoholgehalt ihrer Produkte auf den Verpackungen deutlich zu kennzeichnen. Ebenso sollte darauf hingewirkt werden, dass entsprechende Hinweise in der Werbung verbindlich vorgeschrieben werden.
- Der Einzelhandel und die Gastronomie sollten auf die Gefahren durch alkoholische Premixgetränke in besonderer Weise angesprochen werden, um das Personal für die dargelegten Probleme zu sensibilisieren. Insbesondere muss darauf hingewirkt werden, dass beim Verkauf bzw. Ausschank die Vorschriften des Jugendschutzgesetzes eingehalten und die Produkte in den Verkaufsräumen nicht in unmittelbarer Nähe zu nichtalkoholischen Erfrischungsgetränken aufgestellt werden.

Ingrid Fischbach, MdB
(Vorsitzende)