

Alkoholwerbung und Jugendschutz: Große Mehrheit für Warnhinweise

- **Aktuelle Forsa-Umfrage der DAK-Gesundheit: Deutsche wünschen sich Hinweise auf Gesundheitsgefährdung bei Alkoholwerbung**
- **DAK-Chef Storm dringt auf Umdenken im Umgang mit Werbung für Suchtmittel**
- **Bundesdrogenbeauftragter fordert Einschränkungen bei Alkoholwerbung und mehr Jugendschutz**

Eine große Mehrheit der Deutschen ist für eine Einführung von Warnhinweisen bei Alkoholwerbung. In einer repräsentativen Forsa-Umfrage im Auftrag der DAK-Gesundheit sind 79 Prozent der Befragten der Meinung, dass Alkoholwerbung auf eine Gesundheitsgefährdung von Alkohol hinweisen sollte. Zwei Drittel der Deutschen sind zudem der Ansicht, dass Alkoholwerbung dazu führe, dass Jugendliche früher anfangen würden, Alkohol zu trinken. Vor dem Hintergrund der Umfrage-Ergebnisse dringt DAK-Chef Storm auf ein Umdenken im Umgang mit Alkoholwerbung zum Schutz der Kinder und Jugendlichen. Der Sucht- und Drogenbeauftragte der Bundesregierung Burkhard Blienert fordert klare und konsequente Regeln für die Alkoholwerbung, gerade da, wo Kinder und Jugendliche sie wahrnehmen.

Alkohol ist für Jugendliche in Deutschland allgegenwärtig. Alkoholwerbung trägt maßgeblich dazu bei, dass Jugendliche früher anfangen, Alkohol zu trinken. „Wir brauchen ein Umdenken beim Umgang mit der Werbung für Suchtmittel. Die Einführung von Warnhinweisen in der Alkoholwerbung ist ein wichtiger Schritt, um Jugendliche für die Gefahren des Alkoholkonsums zu sensibilisieren“, sagt Andreas Storm, Vorstandsvorsitzender der DAK-Gesundheit. „Aufklärung und gezielte Kampagnen sind zudem wichtige Bausteine in der Suchtprävention.“

„Werbung wirkt und das gerade bei Kindern und Jugendlichen“, so der Beauftragte der Bundesregierung für Sucht- und Drogenfragen Burkhard Blienert. „Je öfter und früher Kinder und Jugendliche Werbung für Alkohol sehen, desto eher probieren sie auch alkoholische Getränke. Das sieht auch die Mehrheit der Menschen so und wünscht sich bessere und sichtbare Leitplanken für Werbung und Sponsoring für diese Produkte. Aus meiner Sicht muss Politik das endlich anerkennen und strikte Werbe- und Sponsoringregeln beschließen. Umfassende Werberegulungen schützen unsere Kinder und Jugendlichen am besten. Deshalb fordere ich: Keine Werbung in Zeiten, in denen Kinder und Jugendliche Medien konsumieren. Und kein Verkauf mehr von Alkohol an Jugendliche, schon gar nicht an 14- oder 15-Jährige.“

Die Forsa-Umfrage zeigt, dass 79 Prozent der Deutschen die Einführung von Hinweisen auf eine Gesundheitsgefährdung bei Alkoholwerbung befürworten. Vor allem bei Frauen ist der Zuspruch groß: 85 Prozent der weiblichen Befragten sind für Warnhinweise. Hohe Zustimmungswerte gibt es auch bei jungen Befragten: 86 Prozent der 14- bis 20-Jährigen wünschen sich Hinweise auf eine Gesundheitsgefährdung in Alkohol-Werbespots.

Im Koalitionsvertrag von SPD, Grünen und FDP haben sich die Ampelpartner auf mehr Kinder- und Jugendschutz in der Drogenpolitik verständigt. So heißt es im Koalitionsvertrag: „Bei der Alkohol- und Nikotinprävention setzen wir auf verstärkte Aufklärung mit besonderem Fokus auf Kinder,

Jugendliche und schwangere Frauen. Wir verschärfen die Regelungen für Marketing und Sponsoring bei Alkohol, Nikotin und Cannabis.“

Die DAK-Umfrage macht deutlich, dass Einschränkungen von Alkohol-Werbung, die mit einem Hinweis auf den Schutz von Kindern und Jugendlichen verknüpft sind, von weiten Teilen der Bevölkerung unterstützt werden. So sprechen sich 83 Prozent der Befragten für ein Werbeverbot im Kino vor Filmen für Kinder und Jugendliche aus. 81 Prozent wünschen sich ein Verbot der Plakatwerbung in der Nähe von Schulen und Kitas und 71 Prozent ein Verbot von Alkoholwerbung in sozialen Medien. Weit über die Hälfte (58 Prozent) will keine Werbung für Alkohol mehr bei Sportveranstaltungen.

Die Ansicht, dass regelmäßiger Alkoholkonsum die Gesundheit gefährden kann, ist breit in der deutschen Gesellschaft verankert. So stimmen 99 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass es gesundheitsschädlich ist, wenn Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren regelmäßig Alkohol trinken. Ähnlich hoch sind die Zustimmungswerte bei der Frage nach der Gesundheitsgefährdung bei unter 18-Jährigen (97 Prozent) und Erwachsenen (94 Prozent).

Laut DAK-Umfrage sind zwei Drittel der Deutschen zudem der Meinung, dass Alkoholwerbung dazu führe, dass Kinder und Jugendliche früher beginnen, Alkohol zu trinken. 66 Prozent der Befragten stimmen dieser Aussage auf jeden Fall (24 Prozent) oder eher (42 Prozent) zu.

„Kinder und Jugendliche wachsen mit einer Alkoholwerbung auf, die überall sichtbar ist“, sagt Prof. Reiner Hanewinkel vom IFT-Nord, der die Umfrage wissenschaftlich begleitete. „Es ist gut belegt, dass Alkoholwerbung von ihnen auch wahrgenommen wird. Der intensive Kontakt mit der Alkoholwerbung kann dann auch dazu führen, dass Kinder und Jugendliche viel zu früh beginnen, Alkohol zu konsumieren.“

Die DAK-Gesundheit ist mit 5,5 Millionen Versicherten die drittgrößte Krankenkasse Deutschlands und engagiert sich besonders für Kinder- und Jugendgesundheit.