

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

im Vorwort unseres Jahresberichtes möchten wir eine Thematik aufgreifen, die auch im Jahresbericht der Drogenbeauftragten, Frau Caspers-Merk, einen besonderen Stellenwert einnimmt: Alcopops. Der Begriff ist nicht genau definiert, meist versteht man unter Alcopops alkoholhaltige Limonaden. Auf dem deutschen Markt werden zur Zeit zwei Hauptarten von Alcopops angeboten:

- Biergetränke, die mit Limonade, Cola, etc.. gemixt werden , um dadurch den bitteren Hopfengeschmack zu überdecken (z.B. Mixery, Cola-Bier, Radler, etc...)
- Spirituosen (z.B. Wodka, Rum, Tequila, Whisky), denen Limonade zugegeben wird, um den scharfen, brennenden Alkoholgeschmack zu kaschieren.

Der Alkoholgehalt der Biermischgetränke liegt meist um die 3 Vol %, der Alkoholgehalt der „Spirituosenlimonaden“ wie Smirnoff, Rigo, Bacardi-Breezer liegt bei 5-6 Vol %.

Biermischgetränke werden in Flaschen zu 0,33 oder 0,5 l verkauft, der Alkoholgehalt liegt demnach bei angenommenen 3 Vol % für die 0,33 l Flasche bei 8 g reinem Alkohol (entspricht 0,2 l Bier) bzw. für die 0,5 l Flasche bei 12 g reinem Alkohol (entspricht 0,3 l Bier).

Die limonadenhaltigen Spirituosen werden in Fläschchen mit 0,275 l Inhalt verkauft. Bei einem angenommenen Alkoholgehalt von 5,5 Vol % entspricht das rund 12 g reinem Alkohol, was wiederum 0,3 l Bier oder etwas mehr als 2 Schnapsgläsern mit 33%igem Korn entspricht.

Jugendlichen ist kaum bewusst, welche Alkoholmenge sie mit diesen Getränken zu sich nehmen und Eltern ist oft nicht klar, welche Alkoholmengen sich in diesen Getränken „verstecken“, wenn sie die Kiste Cola-Bier bzw. die Alcopops für die Geburtstagsfeier ihrer Kinder einkaufen.

Die Zahlen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) sowie aus der HBSC-Studie (Health Behavior in school aged children) der Universität Bielefeld sind alarmierend. Die Bekanntheit der Alcopops ist in der Zielgruppe 14-29 Jahre von 1998 zu 2003 von 14 auf 90% drastisch gestiegen. Alcopops werden vor allem von Jugendlichen, insbesondere der Gruppe der 14-17jährigen gekauft. Befragt, wie oft sie im letzten Monat Alcopops gekauft haben, gaben 20% 1-2 mal und 19% 3 mal und öfter an. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass Bier-/Weinmixgetränke an Jugendliche unter 16 Jahren und Spirituosenmixgetränke an Jugendliche unter 18 Jahren verkauft wird, obwohl das Jugendschutzgesetz diese Abgabe klar untersagt. In der HBSC-Studie wird berichtet, dass 3,6% der Jungen und 1,1% der Mädchen der 5. Klasse (11 Jahre) und 22,1% der Jungen und 14,7% der Mädchen der 9. Klasse (15-16. Jahre) regelmäßig Biermix- oder Spirituosenmixgetränke konsumieren.

Was macht nun den großen Erfolg dieser Alcopops aus?

Die Alkoholindustrie hat vor dem Hintergrund des Rückgangs ihrer klassischen Produkte ein starkes Interesse sich eine neue, junge Käuferschicht zu erschließen. Der Erfolg der Alcopops beruht sicherlich - wenn man als Erwachsener an seine ersten eigenen Erfahrungen mit Bier und Spirituosen denkt - auf der Überdeckung des Alkoholgeschmacks. Junge Menschen mögen den fruchtigen, süßen Geschmack, wollen andererseits aber auch schon die positiven Effekte des Alkohols wie lockerer sein, gut drauf sein, cool sein, etc. erzielen.

Ein weiterer Aspekt ist sicherlich die exzellente Marketingstrategie der Produkthanbieter, die den Jugendlichen durch Förderung von Musik- und Sportevents, Trendy-Aufmachung der Flaschen, etc.. das Gefühl vermitteln wollen, die Produkte seien exklusiv für sie entwickelt und produziert. Jugendliche können somit an der „Suchtwelt“ der Erwachsenen teilhaben, können sich aber gleichzeitig durch „ihr Suchtmittel“ von den Erwachsenen abgrenzen. Dies erinnert ein wenig an den Haschischkonsum Jugendlicher in den 60iger und 70iger Jahren, als das Haschischrauchen auch die Funktion der Abgrenzung und Rebellion zur bürgerlichen Gesellschaft und Konsumwelt hatte. Für viele Jugendliche bedeutet der Konsum eines bestimmten Alcopop-Getränks auch den Zugang und die Zugehörigkeit zu einer Clique, die eben „ihr Getränk“ konsumiert.

Alcopops verstärken das Problem, dass Kinder und Jugendliche generell zu früh, zu häufig und zuviel Alkohol trinken. Nach den Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für einen risikoarmen Alkoholkonsum, sollen Kinder keinen Alkohol trinken und Jugendliche nur in Ausnahmefällen und deutlich unter der empfohlenen Menge für Erwachsene. Die Empfehlungen für einen risikoarmen Konsum bei Erwachsenen sind für Männer nicht mehr als 30 g Alkohol täglich (entspricht 0,75 l Bier oder 0,3 l Wein) und für Frauen nicht mehr als 20 g täglich (entspricht 0,5 l Bier oder 0,2 l Wein). Außerdem sollte mindestens 2-3 Tage pro Woche auf Alkohol verzichtet werden, um eine Gewöhnung zu vermeiden.

Alcopops verstärken den zu beobachtenden Trend des frühen Einstiegs in den Alkoholkonsum. Dadurch trinken Kinder und Jugendliche, die meist den Geschmack von Alkohol nicht mögen, immer früher. Was auch mit Sorge zu beobachten ist, ist ein immer exzessiveres Suchtverhalten, vor allem bei Minderjährigen. So ist laut Bericht der Bundesdrogenbeauftragten die Zahl der wegen einer Alkoholvergiftung stationär behandelten Jugendlichen zwischen 2000 und 2002 um 26% gestiegen. Vor allem das Trinkverhalten junger Mädchen hat sich verändert. Lag ihr Anteil an der Gesamtzahl der wegen einer Alkoholvergiftung behandelten Jugendlichen 2000 noch bei knapp einem Drittel, so war er zwei Jahre später bereits auf die Hälfte hochgegangen. Frau Caspers- Merk erklärte diese Entwicklung mit einem generellen Trend zum „Koma-Trinken“ und der Absatzsteigerung von Alcopops, deren Verkauf zwischen Mai 2001 und April 2002 um 325% gestiegen sei. Diese Entwicklung macht deutlich, dass der Gesetzgeber dringend handeln muss.

Das geplante Gesetz zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor den Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums muss zum 01.07.2004, und hoffentlich durch die Lobbyisten unverwässert, in Kraft treten. Dieses Gesetz trifft wesentliche Regelungen in Bezug auf Alcopops:

- Sonderabgaben auf Alcopops in Höhe von 83 Cent für eine 275 ml Flasche

- Aufdruck eines Warnhinweises „Abgabe an Personen unter 18 Jahren verboten, § 9 Jugendschutzgesetz“, auf dem Frontetikett von Alcopops

Wie wirksam bei Jugendlichen gerade Preiserhöhungen sind, zeigt sich in unserem Nachbarland Frankreich. Eine rasche, kräftige Preiserhöhung durch eine massive Besteuerung, bereits ein halbes Jahr nach Einführung dieser Getränke, führte erst gar nicht zu dieser Problementwicklung wie wir sie heute in Deutschland haben. Auch die konsequente Umsetzung der massiven Besteuerung von Tabakprodukten zeigt erste Erfolge bei der Reduktion des Tabakkonsums Jugendlicher und Erwachsener in Frankreich. Nehmen wir uns ein Beispiel an unseren Nachbarn! Notwendig ist aber auch die konsequente Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen und die klare Deklaration, dass Alcopops, Bier und Spirituosen mit Limonadenzusatz sind. Diese Getränke müssen im Supermarkt bei den Alkoholgetränken/Spirituosen im Regal stehen, sie haben bei den Limonaden und Fruchtsäften nichts verloren. Notwendig wäre u.E. auch die konsequente Ausweispflicht durch Jugendliche beim Kauf alkoholischer Getränke, wie sie in den USA bereits besteht.

Eltern können im Rahmen ihrer pädagogischen Aufgabe, Kindern einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol zu vermitteln, auf folgende Aspekte Wert legen:

- Darauf achten, dass Jugendliche so spät wie möglich mit dem Alkoholkonsum beginnen.
- Wenn Jugendliche trinken, mit ihnen über ihre Gründe und Erfahrungen zu sprechen. Hilfreich ist es, wenn Jugendliche ernst genommen werden und sich Erwachsene auch in Bezug auf ihren eigenen Alkoholkonsum mit ihren Kindern auseinandersetzen.
- Kinder und Jugendliche über Alcopops informieren und aufklären, gemeinsam überlegen, warum es notwendig ist, den Alkohol mit Limonade, Cola, etc. zu überdecken.
- Gemeinsame Erstellung von Konsumregeln.
- Verwandte und Bekannte über Alcopops aufklären und im Umfeld auf die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen achten.

Liebe Leserin, lieber Leser, im Vorwort unseres Jahresberichtes wollten wir Sie über Daten und Hintergründe zu Alcopops informieren. Wir verbinden damit die Hoffnung, dass in vielen Familien, in Einrichtungen der Jugendhilfe, in der offenen Jugendarbeit, in Gesprächen mit den Jugendlichen, eine Diskussion und Auseinandersetzung über die Alcopops im speziellen und den Alkoholkonsum im Jugendalter im allgemeinen stattfindet.

Sollten Sie noch weitergehende Fragen haben, sollte bei Ihnen die Idee entstanden sein, ein Projekt zu den Themen Alkoholkonsum und Alcopops zu machen, sollten Sie den Wunsch haben, mit jemandem darüber zu reden, wenden Sie sich an unsere Präventionsfachkräfte Frau Monika Auert und Frau Ute Müller-Biehl.

Allen Kooperationspartnern danken wir für die gute Zusammenarbeit; dem Landkreis Neunkirchen, der Kreisstadt Neunkirchen, dem Ministerium für

Frauen, Arbeit, Gesundheit und Soziales sowie dem Justizministerium für ihre finanzielle Unterstützung.

Michael Schütz
- Geschäftsführer -

Dr. phil. Horst Arend
- Leiter des Fachdienstes -