

Alkoholprävention(sstrategie)

Laut Studien der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) konsumieren 8,7 Prozent der Kinder und Jugendlichen im Alter von 12 bis 17 Jahren regelmäßig Alkohol (mindestens einmal wöchentlich). 13,6 Prozent trinken sich mindestens einmal monatlich in einen Rausch. Untersuchungen belegen, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen dem Niveau der Vermarktungsexposition und dem Niveau des Alkoholkonsums von jungen Menschen gibt.

Um die vorhandenen Möglichkeiten des gesetzlichen, erzieherischen und strukturellen Kinder- und Jugendschutzes effektiv umzusetzen, bedarf es eines Ausbaus der personellen und finanziellen Ressourcen. Gleichzeitig sollten die Regelungen zur Alkoholabgabe und dem Alkoholkonsum im Jugendschutzgesetz in den Blick genommen werden.

Halten Sie ein Verbot von Werbung für alkoholische Produkte im Rahmen der Alkoholprävention aus Sicht des Kinder- und Jugendschutzes für sinnvoll und setzt sich Ihre Partei dafür ein?

CDU / CSU: CDU und CSU setzen bei legalen Suchtmitteln auf verantwortungsvollen Umgang. Dafür braucht es mehr Aufklärung, bessere Hilfsangebote und einen starken Jugendschutz, um den Gefahren des Rauchens und des Alkoholmissbrauchs wirkungsvoll zu begegnen.

Darüber hinaus ist im 2020 novellierten Jugendmedienschutz-Staatsvertrag § 6 (5) in Bezug auf das Verbot von Werbung für alkoholische Produkte im Rahmen der Alkoholprävention für Kinder vorgeschrieben, dass Werbung für alkoholische Getränke sich weder an Kinder oder Jugendliche richten noch durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders ansprechen oder diese beim Alkoholgenuss darstellen darf.

SPD: Bereits heute haben wir Werbeverbote für Alkohol bei öffentlichen Filmveranstaltungen. Im Rundfunk oder über Telemedien (wie z.B. Online-Spiele) darf Alkoholwerbung sich nicht an Kinder und Jugendliche richten. Auch darf die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche nicht besonders ansprechen oder sie beim Alkoholgenuss darstellen. Kinder und Jugendliche können zum Beispiel durch die Verwendung jugendaffiner Sprache, eine besonders »poppige Aufmachung« oder die Bezugnahme auf jugendtypische Lebensumstände als Zielgruppe besonders adressiert werden. Verstöße werden von den Medienanstalten der Länder geahndet.

Wir werden auch in Zukunft sorgfältig prüfen, ob die bestehenden Regelungen aus Sicht des Kinder- und Jugendschutzes angepasst werden müssen.

Alkohol ist in Deutschland eine gesellschaftliche Realität, mit der wir einen adäquaten politischen Umgang finden müssen. Verbote und Kriminalisierung haben den Konsum nicht gesenkt. Deshalb setzen wir vor allem auf Prävention, insbesondere auf Aufklärung und Beratung Schutzstandards für Kinder und Jugendliche müssen auch im digitalen Raum gelten, also auch beim Schutz der persönlichen Integrität, vor sexueller Belästigung und Gewalt, bei Entwicklungsbeeinträchtigungen und wirtschaftlicher Ausbeutung.

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN: Aus Sicht des Kinder- und Jugendschutzes ist eine Beschränkung der Werbung für Alkohol in der Öffentlichkeit ein sinnvoller Schritt und wir GRÜNE setzen uns dafür ein.

DIE LINKE: Wir wollen Werbung und Sponsoring für Tabak- und Alkoholprodukte in der Öffentlichkeit verbieten.

FDP: Wir Freie Demokraten unterstützen Maßnahmen zur Alkoholprävention. Die Fraktion der Freien Demokraten im Deutschen Bundestag hat einen Antrag zum Schutz ungeborener Kinder vor Schäden durch Alkohol eingebracht (vgl. »Ungeborene Kinder vor schweren Schäden durch Alkohol schützen« BT-Drs.-19/26118). Allerdings sehen wir keine Notwendigkeit für weitere Einschränkungen bei der Werbung.