

Es gilt das gesprochene Wort!

TOP 14 – „Alcopops“

Dazu sagt die Parlamentarische Geschäftsführerin
der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen,

Monika Heinold:

**Fraktion im Landtag
Schleswig-Holstein**

Pressesprecherin
Claudia Jacob

Landeshaus
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

Durchwahl: 0431/988-1503

Zentrale: 0431/988-1500

Telefax: 0431/988-1501

Mobil: 0172/541 83 53

E-Mail: presse@gruene.ltsh.de

Internet: www.gruene-landtag-sh.de

Nr. 075.04 / 19.02.2004

Jugendschutz muss vor Profitinteresse stehen

Der Markt für alkoholische Mixgetränke boomt. Wurden im Jahr 2002 allein von den harten Spirituosenmischgetränken 80 Millionen Flaschen verkauft, so verdreifachte sich diese Zahl in den ersten zehn Monaten des Jahres 2003 – für die Hersteller ein lukratives Geschäft.

Limonade mit hochprozentigem Wodka, Rum oder Whiskey gemischt, wird wegen des fruchtig-süßen Geschmacks gerade von jungen Menschen gerne getrunken und dabei in ihrer Wirkung unterschätzt.

Den wenigsten Jugendlichen ist klar, dass sie mit einer Flasche dieses Getränkes bis zu zwei Gläschen Schnaps trinken, eingebettet in ein chemikalisches Sammelsurium, das zumindest mich schon beim Lesen der Inhaltsangabe davon überzeugt hat, dass nichts über ein gutes Bier mit seinem Reinheitsgebot geht.

Alcopops gelten deshalb zurecht als Einstiegsdroge. Schon heute haben 9 Millionen Menschen in Deutschland ein gravierendes Alkoholproblem, etwa 1,6 Millionen Menschen sind alkoholabhängig. 42.000 Menschen sterben jedes Jahr an den Folgen des Alkoholkonsums.

Angesichts dieser Zahlen ist es grob fahrlässig, wenn Kindern und Jugendlichen durch diese Drinks und deren verlockende Werbung der Weg in den Alkoholkonsum noch schmackhafter gemacht wird.

Im Januar war in einer großen deutschen Wochenzeitschrift zu lesen, dass bei einer Befragung unter 1000 Jugendlichen 48 Prozent der 14 bis 17-Jährigen angaben, mindestens einmal pro Monat Alcopops wie „Rigo“ oder „Smirnoff Ice“ zu trinken. Je älter die befragten Personen waren, desto geringer wurde der Anteil der Alcopops-Konsumenten.

1/2

Vor diesem Hintergrund kritisieren Verbraucherschutzverbände zu Recht, dass die Produzenten der Mixgetränke mit ihrer Werbung in Sprache und Gestaltung gezielt junge Konsumenten ansprechen.

Die Politik hat bereits auf diese Entwicklung reagiert. Am 25. Juni 2003 billigte das Bundeskabinett den Aktionsplan Drogen und Sucht, der den nationalen Rauschgiftbekämpfungsplan aus dem Jahre 1990 ablöst.

Während früher das Schwergewicht auf der Repression lag, sind heute Prävention, Beratung und Angebotsreduzierung drei Säulen der neuen Gesundheitspolitik, die hier zu Anwendung kommen.

Der Aktionsplan macht deutlich, dass neben der Aufklärung in Schule und Elternhaus auch Handel und Gewerbetreibende ihrer Verantwortung für die Einhaltung der Jugendschutz-Vorschriften nachkommen müssen.

Denn Biermischungen dürfen nur an Jugendliche ab 16 Jahren abgegeben werden, Spirituosenmischungen nur an volljährige Personen verkauft werden. Offensichtlich ist vielen Jugendlichen, Eltern und VerkäuferInnen nicht klar, dass dazu auch die Alkopops gehören!

Die verantwortlichen PolitikerInnen in Berlin planen außerdem eine Sonderabgaben oder zusätzliche Steuern für die neuen Designerdrinks. Ziel ist es, den Preis dieser Mixgetränke so zu verteuern, dass sich Kinder und Jugendliche diese schlichtweg nicht mehr leisten können.

Meine Fraktion begrüßt diese Überlegungen, und auch unsere Jugendministerin Anne Lütke hat schon vor Monaten darauf aufmerksam gemacht, dass in dieser Frage Jugendschutz vor Profitinteresse gehen muss. Dabei können wir uns Frankreich als Vorbild nehmen: Hier gibt es seit 1997 eine Sonderabgabe zugunsten des nationalen Sozialversicherungssystems. Dadurch ist der Markt für Alkopops zusammengebrochen.

Deshalb begrüße ich die Diskussion über eine deutliche Verteuern von Alkopops durch Abgaben oder Steuern. Meine Recherche in Berlin hat erbracht, dass dort zur Zeit sehr differenziert diskutiert und abgewogen wird, ob die Einführung zweckgebundener Sonderabgaben oder aber zusätzlicher Steuern besser geeignet sind, zumal auch EU-rechtliche Aspekte zu beachten sind. Sollte sich der Bundestag für eine Abgabe entscheiden, können diese Einnahmen zweckgebunden ausgegeben werden und beispielsweise die Suchtprävention verstärken.

Aber auch bei einer zusätzlichen Steuer auf Alkopops hat der Gesetzgeber die moralische Pflicht, ausreichende Mittel für Präventionsmaßnahmen bereit zu stellen. Die Diskussion ist also im vollen Gange, und es ist mir Sicherheit hilfreich, wenn Schleswig-Holstein eine Verteuern der Alkopops unterstützt und im Gegenzug ausreichende Präventionsmaßnahmen einfordert.
