



---

## Petition 58348

### Verbraucherschutz - Werbeverbot und Kennzeichnungspflicht für alkoholische Getränke

---

Text der Petition	<p>Der Deutsche Bundestag möge beschließen in der BRD ein generelles Werbeverbot sowie die eindeutige Kennzeichnungspflicht alkoholischer Getränke auszusprechen (Beispiel Tabakprodukte). 74.000 Menschen sterben Schätzungen zufolge jedes Jahr in der BRD an den gesundheitlichen Folgen eines riskanten Alkoholkonsums. Durch die permanente Werbung in allen Medien ist es besonders für Jugendliche unmöglich dieser Werbung zu entgehen.</p>
Begründung	<p>In Deutschland gibt es offiziell ca. 2 Mio. Alkoholiker wobei die Dunkelziffer um ein Vielfaches höher liegt. Ca. 7,5 Mio. Deutsche trinken mehr Alkohol wie es Mediziner gutheißen. Trotz dieser Zahlen und Schicksale die sich dahinter verbergen wird (im Gegensatz zur Tabakwerbung) das Bewerben und Anpreisen von alkoholischen Produkten aggressiv betrieben. Ich bitte die Politik Verantwortung zu übernehmen und ein Werbeverbot für Alkoholika jeglicher Art auszusprechen sowie für diese eine Kennzeichnungspflicht bezüglich der Gesundheitsschädigung(wie bei Tabakprodukten) einzuführen. Die Gesundheitsgefährdung einer großen Zahl deutscher Bundesbürger (insbesondere Jugendlicher) ist extrem gefährdet da durch die Alkoholwerbung nachweisbar der Konsum gesteigert wird. Gemäß einer Studie der Krankenkasse DAK vom Mai 2009 trinken junge Leute mehr Alkohol, wenn sie regelmäßig TV-Spots oder Plakate für Bier oder Schnaps sehen. Laut der Untersuchung griffen mehr als 80 Prozent der befragten Jungen und Mädchen, die keine Alkoholwerbung sahen, weder zur Bier- noch zur Schnapsflasche, teilte die Kasse in Berlin mit. Dagegen hatten mehr als 90 Prozent der Jugendlichen, die mehrere Werbespots häufiger als zehnmal wahrnahmen, bereits Alkohol getrunken. Die Kasse forderte nach diesem Ergebnis eine Einschränkung der Alkoholwerbung. Dagegen hatten mehr als 90 Prozent der Jugendlichen, die mehrere Werbespots häufiger als zehnmal wahrnahmen, bereits Alkohol getrunken. Die Kasse forderte nach diesem Ergebnis eine Einschränkung der Alkoholwerbung.</p> <p>Alkoholwerbung richtet sich mit ihren Bildern häufig an junge Leute. Vermittelt wird dabei, dass Alkohol einfach dazugehört, wenn man Spaß haben möchte: in der Clique, auf Partys, im Urlaub ... Für die Studie, die das Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung in Kiel betreute, wurden 3415 Jungen und Mädchen zwischen 10 und 17 Jahren befragt. Sie leben in Brandenburg, Hamburg und Schleswig-Holstein. Im TV wird Alkoholwerbung insbesondere in Verbindung mit Sportereignissen gezielt eingesetzt. Insbesondere werden vor Fußballspielen Bierprodukte angepriesen und so mittelfristige Assoziationen zwischen Sport und Alkohol erschaffen. Rund 560 Millionen Euro hat die Alkoholindustrie im Jahr 2012 ausgegeben, um für Bier, Wein, Sekt, Wodka und Co. zu werben (Jahrbuch Sucht 2014). Mit Erfolg, wie eine Studie zeigt: Schon zwölfjährige Kinder können die beworbenen alkoholischen Getränke der Werbung zuordnen. Weiteres Ergebnis der</p>

Studie: Wer als Jugendlicher häufig in Kontakt mit Alkoholwerbung kommt, greift häufiger zum Glas.