

Reflexe

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **SuchtMagazin**

Band (Jahr): **24 (1998)**

Heft 3

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

R E F L E X E

Die Eidgenössische Alkoholverwaltung (EAV) hat mit einem mutigen Entscheid versucht, die Verbreitung von alkoholhaltigen Limonade, den so genannten **Alcopops**, zu bremsen: Sie unterstellte sie dem **Alkoholgesetz**. Kernpunkt dieses Entscheides ist der Umstand, dass Alcopops wie das vor allem bei Jugendlichen sehr beliebte Produkt «Hooch» den Alkoholika mit destilliertem Alkohol zugerechnet würden. Die Spirituosen sind viel strengeren Werbe- und Verkaufsbestimmungen ausgesetzt als naturgeorgene Alkoholika wie Wien und Bier; so dürfen sie z.B. nur an über 18-jährige abgegeben werden.

Im Rechtsstreit, der sich in Folge dieses Entscheides zwischen dem Bund und den Getränkeimporteuren entwickelte, erhält die EAV nun zumindest inhaltliche Unterstützung durch eine deutsche Studie: Wissenschaftler des Instituts für Rechtsmedizin der Universität Köln analysierten 70 Alcopops und wurden in der Zeitschrift *Blutalkohol* folgendermassen zitiert: «Alcopops der Marke Hooper's Hooch sind (...) wie einige andere Marken weit begleitstoffreicher. Diesen Alcopops können z.B. Destillate zugesetzt worden sein, die aus Weinen, aber auch aus Getreidestillaten gewonnen wurden.» Hooch sei in diesem Sinn «kein gegorenes Produkt, sondern Limonade mit Ehtylalkohol».

zitiert in Standpunkte 1/98

R E F L E X E

Die Unterstellung von Alcopops wie Hooch unter das Alkoholgesetz ist trotz des Einspruchs der Importeure zumindest vorderhand rechtskräftig. Dies scheint der betroffenen Allgemeinheit – sprich: vor allem den Verkaufsstellen – nicht bewusst zu sein: Bei **Testkäufen in den Kantonen Bern, Aargau und Zürich** stellte sich heraus, dass die meisten der betreffenden Getränke **auch an Jugendliche unter 18 Jahren** verkauft wurden. Von 58 TestkäuferInnen konnten 48 das gewünschte Getränk in Lebensmittelgeschäften erwerben.

Standpunkte 2/98

R E F L E X E

In den Restaurants und Kneipen wird dieser Befund wohl nicht viel

besser ausfallen – zumindest nicht, wenn man die Verhältnisse in Nürnberg zum Massstab nimmt: Wie die Nürnberger Nachrichten berichten, haben einige Lokale eine so genannte «**Klublinie**» eingerichtet, ein Pendeldienst, der junge Leute im 20-Minuten-Takt kostenlos von Kneipe zu Kneipe fährt.

Ähnliche Zustände scheinen auch in Dänemark zu herrschen. In Herning, 270 Kilometer westlich von Kopenhagen, stellte eine Kneipe einen Bus vor die Oberschule und bot den Jugendlichen eine **Gratisfahrt in das Lokal** an. Bereits während der Reise gab es das erste Freibier, und in der Gaststätte war das erste Bier ebenfalls umsonst. Andere Lokale lassen vor den Schulen Gutscheine für Bier zum halben Preis verteilen. Der dänische Justizminister Jensen kündigte nach Bekanntwerden dieser Werbemethoden an, er werde sich dafür einsetzen, dass den betreffenden Gastwirten die Lizenz entzogen werde. Der Betreiber des Henninger Lokals zeigte sich ob so viel marktwirtschaftlichem Unverständnis überrascht. Die Erklärung Jensens stehe im Gegensatz «zur positiven Resonanz», die er von den Schülern erhalten habe.

Drogenreport 1/98

R E F L E X E

Die Frage bleibt, ob die Werbebeflissenen sich auch im Klaren sind, welche Folgen ihr Tun hat. Eine Untersuchung des US-amerikanischen Nationalen Instituts für Alkoholmissbrauch, in deren Rahmen insgesamt 28'000 Personen befragt worden waren, zeigte in diesem Zusammenhang, dass **früher Alkoholkonsum** die Chancen auf eine spätere **Suchtentwicklung signifikant erhöht**: «Heranwachsende, die bereits im Alter von 13 Jahren regelmässig trinken, haben ein viermal höheres Risiko, im Laufe ihres Lebens an Alkoholsucht zu erkranken, als Jugendliche, die bis zum 21. Altersjahr nur zu seltenen Anlässen oder nie Alkohol anrühren.»

Welt am Sonntag, 25.1.98

R E F L E X E

In diesem Sinn lässt sich getrost behaupten, dass die schwarzen Schafe unter den deutschen Kneipiers alles dafür tun, dass Deutschland nicht nur im europäischen

Vergleich in Bezug auf Alkoholkonsum Spitze bleibt, sondern auch den offenbar noch trinkfreudigeren **RussInnen** den Rang abläuft. Während die Deutschen 1996 – Kinder und GreisInnen inbegriffen – knapp 11 Liter reinen Alkohols konsumierten, brachten es die RussInnen auf **15 Liter**.

Dieser Wert ist höher als derjenige von 1985, dem Jahr, in welchem **Michail Gorbatschow** seine extrem effiziente, **dreijährige Kampagne** gegen den Alkoholmissbrauch startete. Er nutzte seine Befehlsgewalt über den russischen Verwaltungsapparat dazu aus, um illegale Alkoholproduzenten zu verhaften, öffentlichen Alkoholkonsum zu unterbinden und die Preise für alkoholische Getränke künstlich in die Höhe zu treiben. Die Resultate dieser Kampagne waren beeindruckend: Eine Studie der Nationalen Russischen Wissenschaftsakademie zeigte, dass Gorbatschow über diese drei Jahre rund 600'000 Leben gerettet hatte. 1988 sank die Rate der alkoholbedingten Todesfälle (inklusive Unfälle und Gewalttaten) auf 178 pro 100'000 EinwohnerInnen. Nun, Gorbatschow wurde selbst ein Opfer seiner eigenen Reformen, und seine Kampagne wurde eingestellt. Das Resultat: Bis 1995 stieg die Todesfallrate wieder auf 500 pro 100'000; in den USA betrug der gleiche Wert im Jahr 1995 ganze 78 Todesfälle.

The Globe 1/98

R E F L E X E

Wieder zurück zu Europa und seinen **Jugendlichen**: Zu ihren **Trinkgewohnheiten** gibt es interessante Zahlen im 1995er-Report der ESPAD (European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs), der kürzlich in Stockholm veröffentlicht wurde. Im Rahmen dieser Studie wurden 15- bis 16-jährige Jugendliche aus verschiedenen west- und ost-europäischen Ländern befragt, wobei sich Deutschland, Frankreich und die Schweiz nicht an der Untersuchung beteiligten.

Die meisten der befragten Jugendlichen hatten mindestens schon einmal in ihrem Leben Alkohol konsumiert. Die höchsten Werte verzeichneten in dieser Hinsicht die tschechische und die slowakische Republik sowie Dänemark mit je 95 Prozent; am tiefsten lagen die Resultate in der Türkei (61 Prozent, Befragung nur in Istan-

bul) mit grossem Abstand gefolgt von Island, Norwegen, Portugal und den Faroer-Inseln mit je 79 Prozent.

Auf die Frage, ob sie schon 40 mal oder öfters Alkohol konsumiert hätten, antworteten 49 Prozent der dänischen Jugendlichen mit Ja. Hinter diesem Spitzenwert lagen Grossbritannien mit 42 Prozent und Irland sowie Malta mit je 34 Prozent.

Auch beim frühen Trinken sind diese Länder führend: 40 Prozent der britischen Jugendlichen waren mit 13 Jahren oder früher schon einmal betrunken; bei den dänischen (39 Prozent) und den finnischen (35 Prozent) lagen die betreffenden Werte nur geringfügig darunter. Auffallend ist hier, dass der Unterschied zwischen Jungen und Mädchen in Dänemark (Jungen 46 Prozent, Mädchen 34 Prozent) deutlich grösser ist als in Grossbritannien (42 gegenüber 38 Prozent).

The Globe 1/98

R E F L E X E

Nach so viel negativen Meldungen über die europäische Volksdroge Alkohol einmal ein **Aufsteller**: Wer säuft verliere zwar höchstwahrscheinlich sein Gedächtnis und seine FreundInnen, mit Sicherheit **aber nicht seine Haare**. Dies tat ein britischer Forscher der Öffentlichkeit kund und lieferte die Erklärung für dieses Phänomen gleich nach: Glatzköpfige Männer haben nach Angaben des Forschers zumeist einen hohen Anteil des Hormons Testosteron im Blut. Bei Alkoholikern seien die Nieren so stark geschädigt, dass das Hormon gar nicht mehr richtig gebildet werden könne.

SuchtReport 6/97

R E F L E X E

Was nützt einem aber die schönste Haarpracht, wenn das äussere Erscheinungsbild durch einen **Bierbauch** verunstaltet wird? Die Forschung hat auf diese Frage zwar keine Antwort gefunden, dafür hat sie eine **Pille** entwickelt, die regelmässigen Bierkonsum und einen Waschbrett-Bauch vereinbar machen soll. Wer 15 Minuten vor seinem Bierchen ein Pille der Marke «**Beer-Bloc**» schlucke, riskiere keine Gewichtszunahme; dies versichert auf jeden Fall der Hersteller Nutri-Health.

SuchtReport 1/98