



**Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung**

Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alcopops bei Jugendlichen 2003

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung
bei Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren

Anschrift:

Bundeszentrale
für gesundheitliche Aufklärung
Referat 2-25
Ostmerheimerstr. 220
51109 Köln
Tel.: 0221-8992-341
e-mail: stander@bzga.de
<http://www.bzga.de/studien/>

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung.....	5
Bekanntheit von Alcopops	6
Informationsquellen	7
Kauf von Alcopops.....	8
Alkoholkonsum von Jugendlichen.....	10
Konsum von Alcopops.....	11
Informiertheit über das Jugendschutzgesetz	13
Anhang	14

Daten zur Untersuchung: Ziele und Methoden

Projekttitel:	Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alcopops 2003
Ziele:	Repräsentative Befragung zu Bekanntheit, Kauf, der Kaufabsicht und dem Konsum von Alcopops (fertig gemixte alkoholhaltige Getränke in Flaschen) bei Jugendlichen
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14- bis 17 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland
Auswahlverfahren:	Mehrstufige Zufallsstichprobe auf Basis des ADM-Telefonstichprobensystems (Computergestützt ausgewählte Zufallstelefonnummern, Zufallsauswahl von Personen im Haushalt)
Stichprobengröße	1000 (500 14- bis 15-Jährige und 500 16- bis 17-Jährige)
Verfahren der Datenerhebung:	Computergestützte Telefoninterviews (CATI)
Gewichtung:	Gewichtung der Personenstichprobe nach Alter und Geschlecht
Datenerhebung, EDV-technische Auswertung und statistische Analysen	Forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH, Berlin
Erhebungszeitraum	21. bis 27. November 2003
Konzeptentwicklung, Analyse und Berichterstattung:	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln, Referat 2-25, Volker Stander, Gerhard Christiansen und Jürgen Töppich

Vorbemerkung

Der vorliegende Bericht enthält die wichtigsten Ergebnisse einer Zusatzbefragung, die im Rahmen der Wiederholungsbefragung „Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alcopops in der Bundesrepublik Deutschland 2003“ durchgeführt wurde.

Befragt wurden Jugendliche im Alter von 14 bis 17 Jahren zu den Themen Bekanntheit, Wahrnehmung (Informationsquellen), Kauf und Konsum von Alcopops. Ziel dieser Zusatzbefragung war es zu untersuchen, inwieweit 14- bis 15-Jährige Alcopops und 16- bis 17-Jährige Spirituosenmixgetränke kaufen und konsumieren, obwohl sie dies nach den Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes nicht dürfen.

Darüber hinaus wurde geprüft, ob die Jugendlichen die Altersgrenzen kennen, die das Jugendschutzgesetz für die Abgabe und den Verzehr von Alcopops vorsieht.

Die im Folgenden vorgestellten Ergebnisse dieser Zusatzbefragung bei den 14- bis 17-Jährigen, wurden mit denen für die Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen aus der vorangegangenen Umfrage¹ verglichen, um auf diese Weise einen Maßstab für das Ausmaß des Alcopops-Konsums der unter 18- jährigen Jugendlichen zu erhalten.

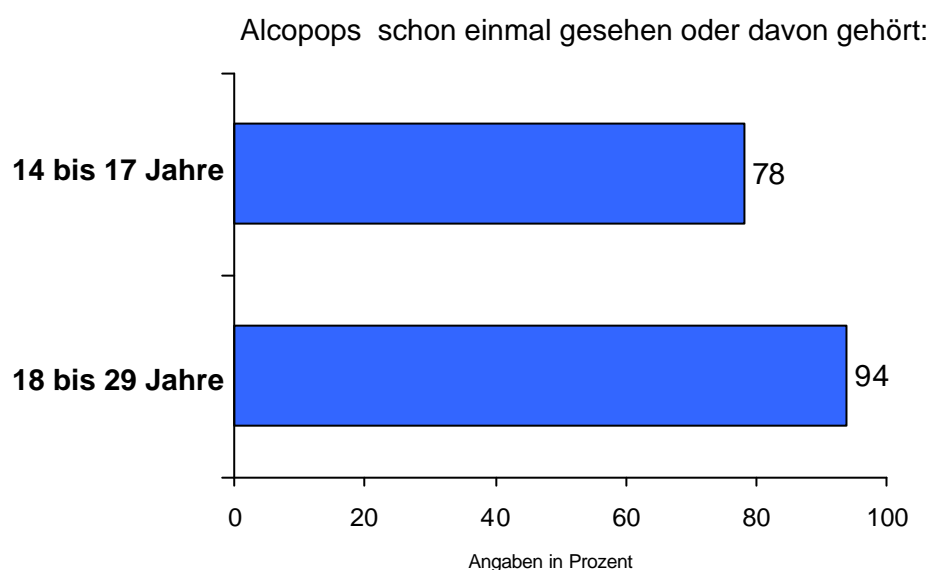
¹ Repräsentative Wiederholungsbefragung zur Bekanntheit, zum Kauf und zum Konsum von Alcopops 2003. Befragt wurde die Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren. Siehe hierzu: „Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alcopops in der Bundesrepublik Deutschland 2003. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung“.

Bekanntheit von Alcopops

Der Mehrzahl der Jugendlichen ist die Getränkeart Alcopops bekannt: 78 Prozent der 14- bis 17-Jährigen haben Alcopops schon einmal gesehen oder davon gehört. Älteren Jugendlichen sind diese Getränke häufiger bekannt als jüngeren Jugendlichen: 82 Prozent der 16- bis 17-Jährigen und 74 Prozent der 14- bis 15-Jährigen kennen Alcopops (siehe Anhang: Tabelle 1).

Ein Teil der Jugendlichen ist jedoch nicht informiert über diese Getränkeart. Dies wird deutlich, wenn man sie mit den 18- bis 29- Jährigen² vergleicht: 94 Prozent der jungen Erwachsenen haben Alcopops schon einmal gesehen oder davon gehört.

BEKANNTHEIT VON ALCOPOPS



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, November 2003

Wesentliche Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen sind nicht zu erkennen: 80 Prozent der 14- bis 17-Jährigen männlichen und 76 Prozent der weiblichen Jugendlichen kennen Alcopops (siehe Anhang: Tabelle 1).

² Siehe hierzu: Fußnote 1.

Informationsquellen

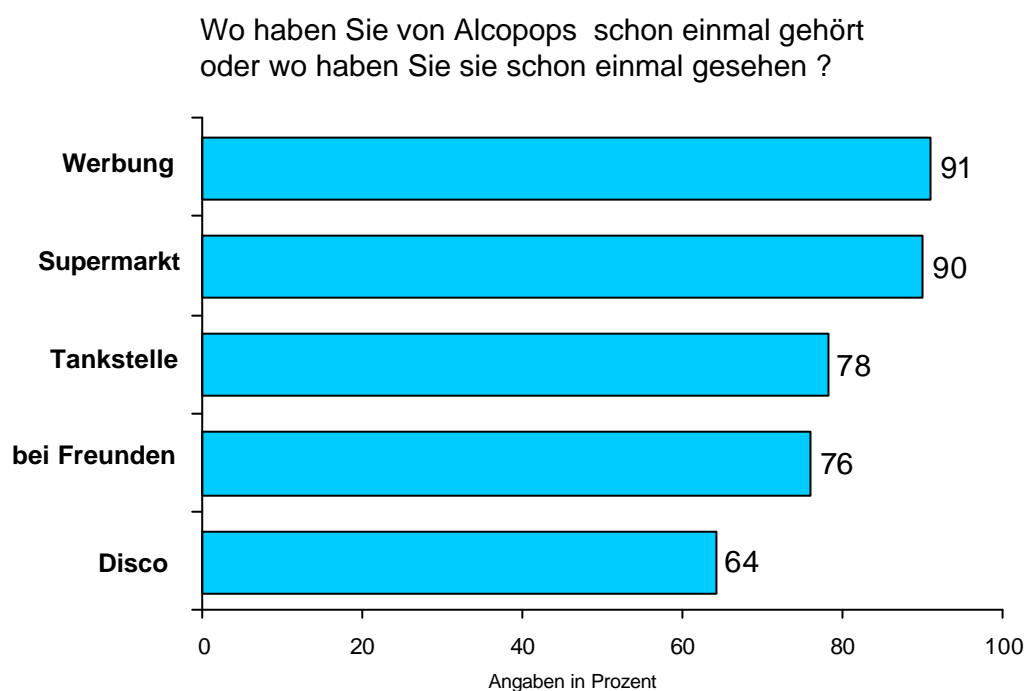
Offenbar ist die Bekanntheit von Alcopops in erster Linie von verkaufsfördernden Maßnahmen abhängig:

Diejenigen, die Alcopops kennen, haben von dieser Getränkeart überwiegend durch die Werbung, im Supermarkt oder an der Tankstelle erfahren: 91 Prozent der 14- bis 17-Jährigen kennen Alcopops durch die Werbung; 90 Prozent haben Alcopops schon einmal im Supermarkt gesehen und 78 Prozent haben Alcopops schon einmal in einer Tankstelle gesehen.

Bei Freunden und in der Disco werden Alcopops ebenfalls häufig wahrgenommen.

INFORMATIONSQUELLEN^{1*}

14- BIS 17-JÄHRIGE



1*) Basis der Prozentuierung: Alle Befragten, die angeben Alcopops schon einmal gesehen oder davon gehört zu haben und diejenigen, die nach Vorlage einer Liste mit Markennamen mindestens einen Namen genannt haben!

Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, November 2003

Kauf von Alcopops

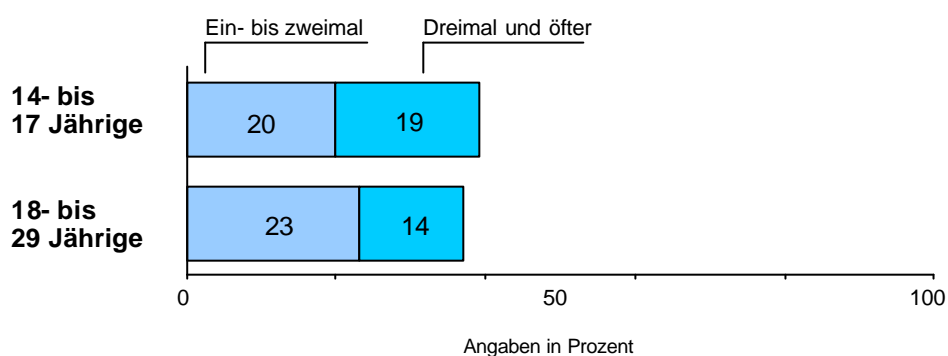
Alcopops wurden im letzten Monat von 39 Prozent der 14- bis 17-jährigen Jugendlichen gekauft: 20 Prozent von Ihnen kauften Alcopops ein- bis zweimal und 19 Prozent dreimal und öfter.

Vonden jungen Erwachsenen im Alter von 18 bis 29 Jahren kauften insgesamt 37 Prozent im letzten Monat Alcopops: 23 Prozent dieser Altersgruppe ein- bis zweimal und 14 Prozent dreimal und öfter.

Somit kauften Jugendliche im Alter von 14 bis 17 Jahren im letzten Monat etwas häufiger Alcopops als junge Erwachsene im Alter von 18 bis 29 Jahren.

KAUF VON ALCOPOPS 2003

Es haben im letzten Monat Alcopops gekauft:



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Unterteilt man die 14- bis 17-Jährigen nochmals in zwei Untergruppen dann wird deutlich, dass insbesondere die älteren Jugendlichen häufig Alcopops kaufen: Über die Hälfte (52%) der 16- bis 17-Jährigen haben im letzten Monat Alcopops gekauft. Jüngere Jugendliche (14- bis 15-Jährige) kauften dagegen zu 26 Prozent (siehe Anhang: Tabelle 2).

Geschlechtsspezifische Unterschiede lassen sich hinsichtlich des Kaufverhaltens der Jugendlichen nicht feststellen (siehe Anhang: Tabelle 2)

Da spirituosenhaltige Alcopops nur an Jugendliche ab 18 Jahren und bier- und weinhaltige Alcopops nur an Jugendliche ab 16 Jahren verkauft werden dürfen, wurden die Alcopops in Bier-/Weinmixgetränke und Spirituosenmixgetränke aufgeteilt:

Betrachtet man zunächst die Altersgruppe der 14- bis 17-Jährigen insgesamt, so lässt sich kein Unterschied hinsichtlich des Kaufs von Bier-/Weinmixgetränken einerseits und Spirituosenmixgetränken andererseits erkennen: In den letzten 30 Tagen kauften 15 Prozent ein- bis zweimal und 12 Prozent dreimal und öfter Bier-/Weinmixgetränke; Spirituosenmixgetränke kauften 16 Prozent (ein- bis zweimal) bzw. 12 Prozent (dreimal und öfter).

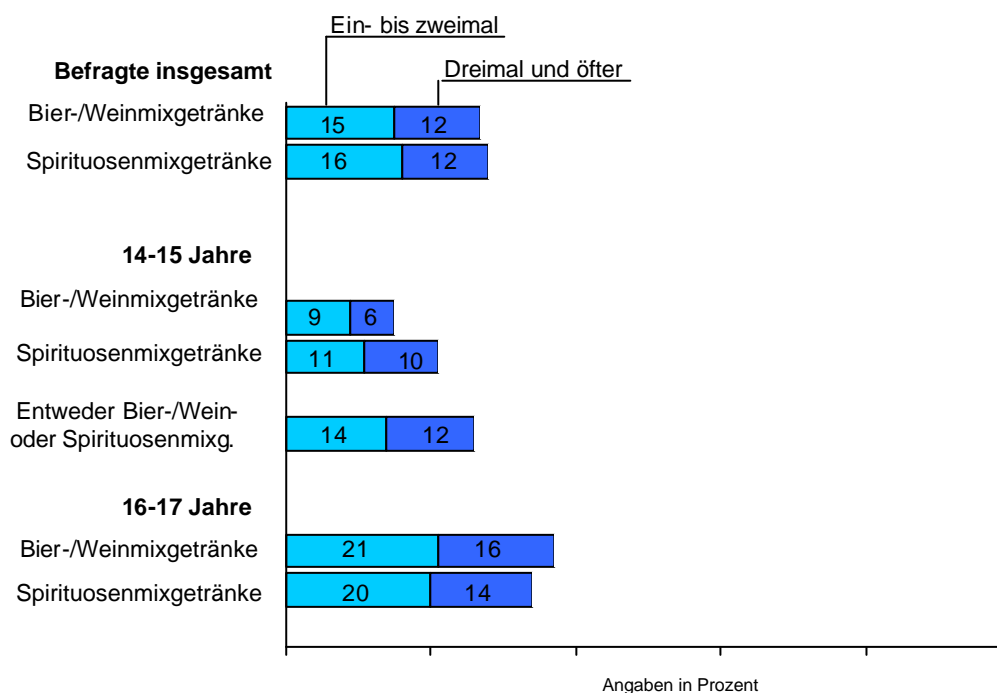
Es gibt jedoch Unterschiede zwischen älteren und jüngeren Jugendlichen: 16- bis 17-Jährige kauften wesentlich häufiger Alcopops als 14- bis 15-Jährige. 37 Prozent der 16- bis 17-Jährigen und 15 Prozent der 14- bis 15-Jährigen kauften in den letzten 30 Tagen Bier-/Weinmixgetränke und 34 Prozent der älteren Jugendlichen und 21 Prozent der jüngeren Jugendlichen kauften Spirituosenmixgetränke.

Fast man nun für die unter 16-Jährigen die beiden Alcopopsarten zusammen, so zeigt sich, dass ein Viertel (26%) Alcopops entweder als Bier-/Weinmixgetränke oder als Spirituosenmixgetränke gekauft hat, obwohl das Jugendschutzgesetz die Abgabe von alkoholischen Getränken an unter 16-Jährige untersagt.

Von den 16- bis 17-Jährigen haben 34 Prozent Spirituosenmixgetränke gekauft haben, obwohl solche Getränke an unter 18-Jährige nicht verkauft werden dürfen.

KAUF VON ALCOPOPS 14- BIS 17-JÄHRIGE

Es haben in den letzten 30 Tagen Alcopops (Bier-oder Wein-/ Spirituosenmixgetränke) gekauft:



Alkoholkonsum von Jugendlichen

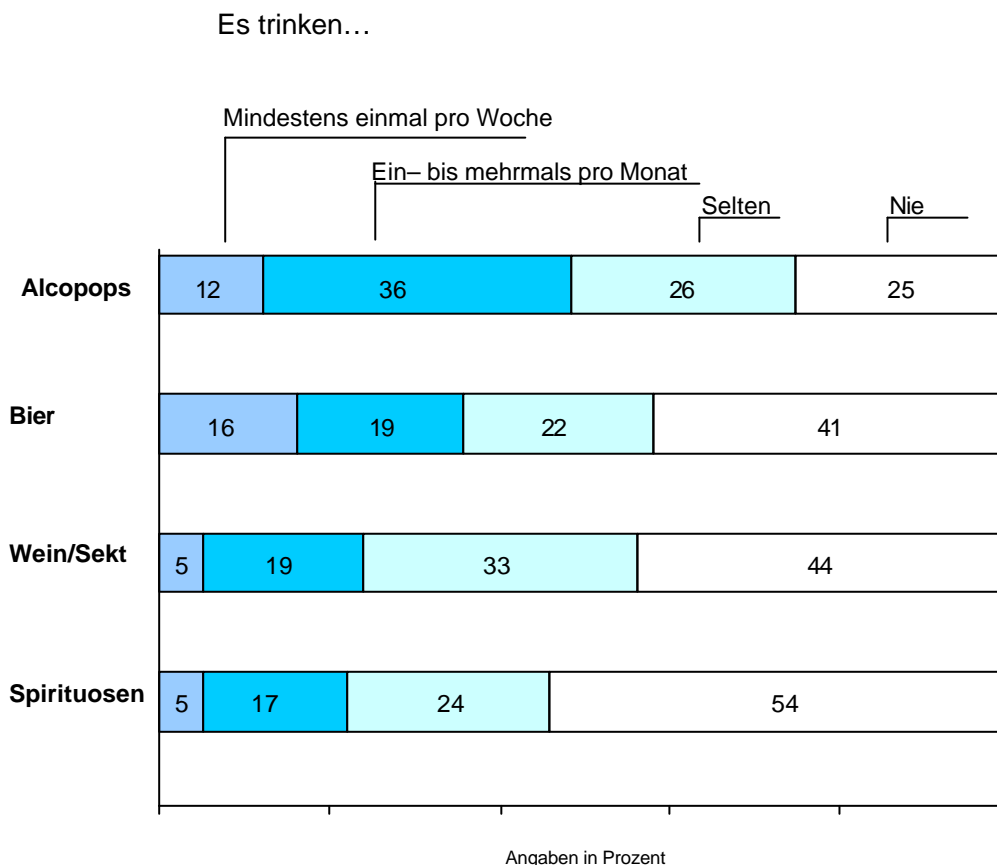
Alcopops ist die beliebteste alkoholische Getränkeart bei den 14- bis 17-Jährigen Jugendlichen, gefolgt von Bier, Wein/Sekt und Spirituosen:

48 Prozent der Jugendlichen trinken mindestens einmal pro Monat Alcopops. Demgegenüber trinken 35 Prozent mindestens einmal im Monat Bier. Jedoch ist beim Bier der regelmäßige Konsum (mindestens einmal pro Woche) mit 16 Prozent am höchsten.

Wein oder Sekt wird von 24 Prozent der Jugendlichen mindestens einmal pro Monat getrunken und Spirituosen von 22 Prozent.

Bemerkenswert ist zudem, dass über die Hälfte (54%) der Jugendlichen keine Spirituosen wie Schnaps, Whisky, Weinbrand o.ä. trinkt, jedoch nur ein Viertel (25%) keine Alcopops (welche zumeist Spirituosen enthalten) konsumiert.

ALKOHOLKONSUM VON JUGENDLICHEN 14- BIS 17-JÄHRIGE



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, November 2003

Im Gegensatz zu anderen Getränkearten (wie z.B. Bier) ist bei der Konsumhäufigkeit von Alcopops bis auf die Altersgruppe der 14- bis 15-Jährigen kaum ein Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen festzustellen (siehe hierzu im Anhang: Tabelle 3)

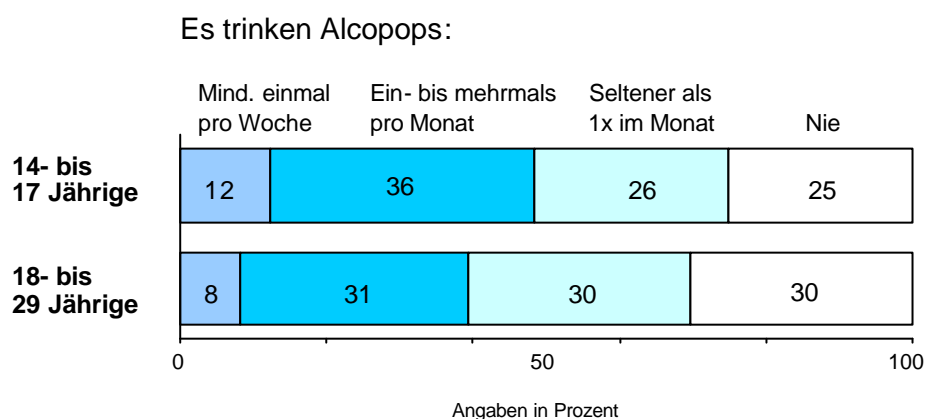
Konsum von Alcopops

Betrachtet man die Konsumhäufigkeit von Alcopops bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen so zeigt sich, dass 14- bis 17-Jährige häufiger Alcopops konsumieren als 18- bis 29-Jährige:

Die Hälfte (48%) der Jugendlichen trinkt mindestens einmal pro Monat Alcopops, bei den 18-29-Jährigen sind es 39 Prozent.

Dabei liegt sowohl der regelmäßige Konsum (mindestens einmal pro Woche) als auch der gelegentliche Konsum (ein- bis mehrmals pro Monat) der Jugendlichen deutlich über dem der jungen Erwachsenen.

KONSUMHÄUFIGKEIT VON ALCOPOPS 2003



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Eine Aufgliederung der 14- bis 17-Jährigen in zwei Untergruppen zeigt, dass ältere Jugendliche wesentlich häufiger Alcopops trinken als die Jüngeren: Von den 16- bis 17-Jährigen trinken 15 Prozent regelmäßig bzw. 45 Prozent gelegentlich Alcopops. Bei den 14- bis 15-Jährigen trinken dagegen 10 Prozent regelmäßig und 27 Prozent gelegentlich (Vgl. hierzu in der Anlage: Tabelle 3).

Jugendliche trinken bevorzugt Spirituosenmixgetränke: In den letzten 30 Tagen haben 42 Prozent der 14- bis 17-Jährigen Spirituosenmixgetränke und 21 Prozent Bier-/Weinmixgetränke getrunken.

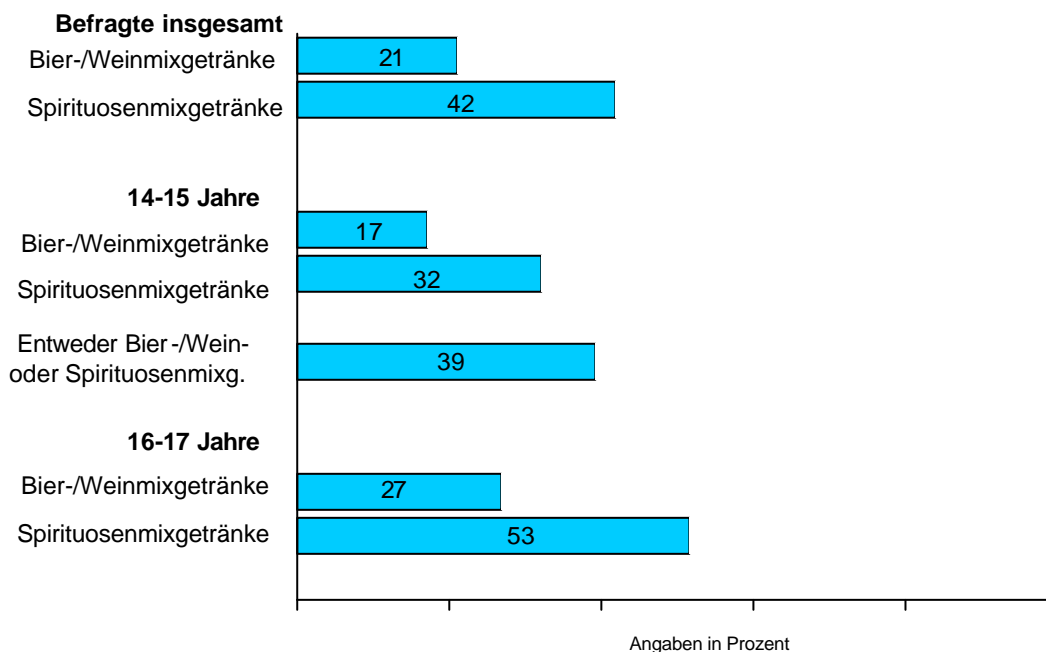
Dieser Unterschied im Konsum der beiden Getränkesorten lässt sich sowohl bei jüngeren als auch bei älteren Jugendlichen feststellen: 32 Prozent der 14- bis 15-Jährigen haben in den letzten 30 Tagen Spirituosenmixgetränke und 17 Prozent Bier-/Weinmixgetränke getrunken. Bei den 16- bis 17-Jährigen sind es 53 Prozent (Spirituosenmixgetränke) und 27 Prozent (Bier-/Weinmixgetränke).

Aus diesen Angaben zum Konsum von Bier-/Weinmixgetränken sowie von Spirituosenmixgetränken ergibt sich für die Gruppe der 14- bis 15-Jährigen ein Anteil von 39 Prozent, die *entweder* Bier-/Weinmixgetränke *oder* Spirituosenmixgetränke getrunken haben, obwohl das Jugendschutzgesetz den Verzehr von alkoholischen Getränken für diese Altersgruppe untersagt.

Bei den 16- bis 17-Jährigen sind es sogar 53 Prozent die Spirituosenmixgetränke getrunken haben, obwohl der Verzehr von spirituosenhaltigen Getränken für unter 18-Jährige durch das Jugendschutzgesetz verboten ist.

KONSUM VON ALCOPOPS (BIER- oder WEIN-/SPIRITUOSEN MIXGETRÄNKEN) 14- BIS 17-JÄHRIGE

Es haben in den letzten 30 Tagen Alcopops (Bier- oder Wein- / Spirituosenmixgetränke) getrunken:



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, November 2003

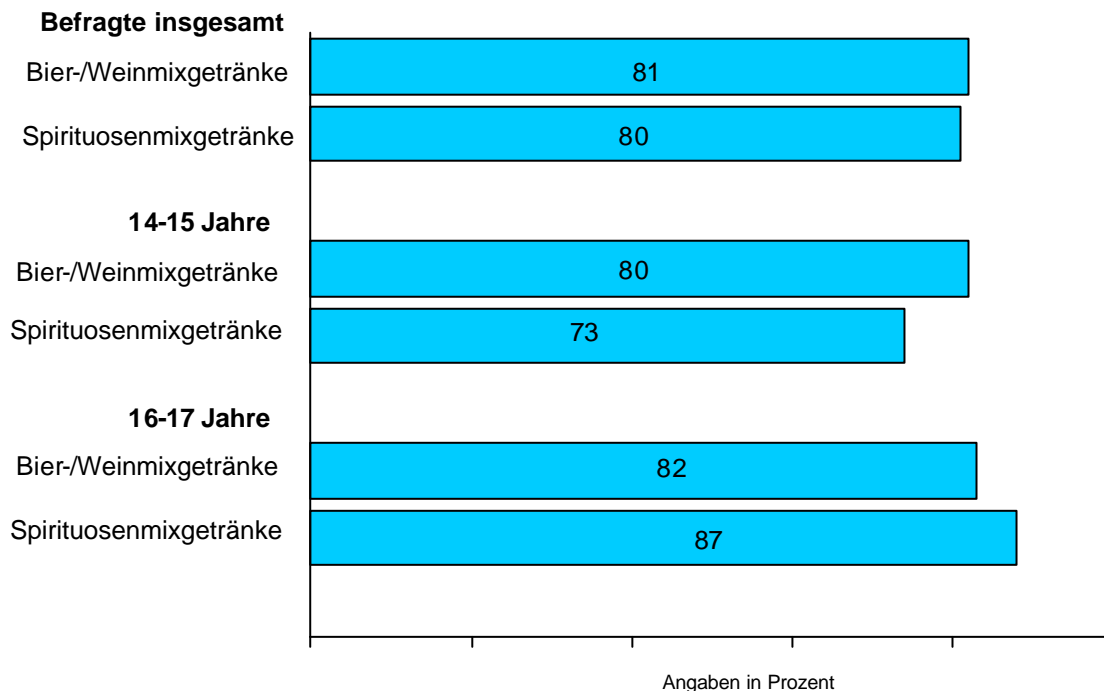
Informiertheit über das Jugendschutzgesetz

Vier Fünftel der Jugendlichen kennen die Bestimmungen des Jugendschutzgesetzes: 81 Prozent der 14- bis 17-Jährigen wissen, dass Bier-/Weinmixgetränke nicht an Jugendliche unter 16 Jahren verkauft werden dürfen. Ebenso vielen (80%) ist bekannt, dass Spirituosenmixgetränke nicht an unter 18-Jährige abgegeben werden dürfen.

Die Aufgliederung der 14- bis 17-Jährigen verdeutlicht, dass sowohl jüngere Jugendliche als auch ältere Jugendliche die Jugendschutzbestimmungen zum Verkauf von Alcopops kennen: Von den 14- bis 15-Jährigen kennen 80 Prozent die Altersbegrenzung für Bier-/Weinmixgetränke und 73 Prozent die für Spirituosenmixgetränke; bei den 16- 17-Jährigen sind es 82 Prozent (Bier-/Weinmixgetränke) bzw. 87 Prozent (Spirituosenmixgetränke).

INFORMIERTHEIT ÜBER DAS JUGENDSCHUTZGESETZ 14- BIS 17- JÄHRIGE

Es kennen die Altersbegrenzung im Jugendschutzgesetz für:



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, November 2003

ANHANG

Tabelle 1: Bekanntheit von Alcopops

	14- bis 17-Jährige			14- bis 15-Jährige			16- bis 17-Jährige			18- bis 29-Jährige		
	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen
Es haben Alcopops schon einmal gesehen oder davon gehört:												
Ja	78	80	76	74	76	72	82	84	80	94	95	93
Nein	22	20	24	26	24	28	18	16	20	6	5	7

Tabelle 2: Kauf von Alcopops

	14- bis 17-Jährige			14- bis 15-Jährige			16- bis 17-Jährige			18- bis 29-Jährige		
	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen
Es haben im letzten Monat Alcopops gekauft:												
Ein- bis zweimal	20	20	21	14	13	14	27	27	27	23	23	22
Dreimal und öfter	18	21	16	12	12	13	25	30	19	14	15	13

Tabelle 3: Alkoholkonsum von Jugendlichen

	14- bis 17-Jährige			14- bis 15-Jährige			16- bis 17-Jährige			18- bis 29-Jährige		
	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen
Es trinken...												
Alcopops:												
Mindestens einmal pro Woche	12	15	10	10	12	9	15	18	10	8	12	5
Ein- bis mehrmals pro Monat	36	32	40	27	22	32	45	42	50	31	29	32
Seltener	26	24	28	28	26	30	25	22	28	30	27	33
Nie	25	29	20	35	40	29	15	19	11	30	32	28
Bier:												
Mindestens einmal pro Woche	16	25	8	9	15	6	23	36	11	33	48	16
Ein- bis mehrmals pro Monat	19	21	18	14	17	10	26	25	26	23	24	21
Seltener	22	21	24	25	24	26	20	17	22	16	10	23
Nie	41	33	50	51	44	59	31	21	42	29	19	39
Wein/Sekt:												
Mindestens einmal pro Woche	5	3	5	3	1	3	6	5	8	22	22	19
Ein- bis mehrmals pro Monat	19	16	21	10	9	13	26	23	30	37	34	39
Seltener	33	28	39	32	27	38	34	29	40	20	19	21
Nie	44	53	34	55	63	46	33	43	23	23	25	20

Alle Angaben in Prozent

Fortsetzung Tabelle 3: Alkoholkonsum von Jugendlichen

	14- bis 17- Jährige			14- bis 15- Jährige			16- bis 17-Jährige			18- bis 29-Jährige		
	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen	Insgesamt	Männer	Frauen
Es trinken...												
Spirituosen:												
Mindestens einmal pro Woche	5	5	4	3	2	5	7	9	4	9	13	4
Ein- bis mehrmals pro Monat	17	16	17	11	11	10	24	22	25	27	30	24
Seltener	24	25	23	19	20	17	29	29	29	27	26	27
Nie	54	54	55	68	67	68	40	40	41	37	31	44

Alle Angaben in Prozent



www.bist-du-staerker-als-alkohol.de

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung · Telefonberatung (02 21) 89 20 31