

# PRESSEMITTEILUNG

## PRESSEMITTEILUNG

Drogenpolitik

Nr. 230/09 vom 18. Juni 2009

### **Frauke Tengler zu TOP 18: Nach einer Alkoholvergiftung muß für Jugendliche eine Drogenberatung sein**

Es gilt das gesprochene Wort  
Sperrfrist Redebeginn

Komasaufen mit 12 Jahren und anschließendem Krankenhausaufenthalt – kein bedauernswerter Einzelfall mehr!

Dem übermäßigen Konsum von Jugendlichen von Alkohol und Drogen muss entschieden begegnet werden. Da sind wir uns in diesem Hause wohl alle einig. Ich bin unserem Ministerpräsidenten sehr dankbar, dass er das Thema Suchtprävention auf seine Fahnen geschrieben hat und diesbezüglich bereits viele Aktionen unterstützt: erst vergangene Woche die Plakatserie gemeinsam mit Gaststätten, Brauereien, Hotels, Fahrlehrern und unserer LSSH. Vorbildfunktion der Eltern und Prävention sind der erste Schritt, Kinder und Jugendliche vor Missbrauch von Alkohol und Drogen zu schützen. Ein zweiter Schritt aber muss sein, betroffene Jugendliche durch aufsuchende Hilfe zu begleiten. Und ich meine, dass nach einer Alkoholintoxikation eine Drogenberatung verpflichtend sein muss!

Zweifelsohne ist Werbung ein erster Anreiz, ein entsprechendes Produkt zu kaufen. Das kennen wir alle und sonst würden sich auch nicht die Milliardenumsätze der Werbeindustrie erklären. Die Studie des IFT-Nord im Auftrag der DAK hat 3.414 norddeutsche Schülerinnen und Schüler über Alkoholwerbung und Alkoholkonsum befragt. Die Wissenschaftler kommen zu

einer für mich bemerkenswerten Schlussfolgerung: „Eine inhaltsspezifische Wirkung von Alkoholwerbung auf Kinder und Jugendliche ist nahe liegend“. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass weniger als 20% der befragten Schülerinnen und Schüler, die keine Alkoholwerbung je gesehen haben, schon einmal Alkohol konsumiert haben. In der Gruppe derjenigen, die alle in der Studie gezeigten Werbungen häufiger als zehnmals gesehen haben, haben über 90% Alkohol konsumiert.

Diese Aussagen sind umso erstaunlicher, wenn ich uns allen §6 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages in Erinnerung rufe, in dem es eindeutig heißt: „Werbung für alkoholische Getränke darf sich weder an Kinder oder Jugendliche richten noch durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders ansprechen oder diese beim Alkoholgenuss darstellen.“

Dieser Paragraph scheint in der Wirklichkeit nicht angekommen zu sein. Wir als Landespolitiker aber noch mehr die Kollegen auf Bundesebene müssen nun Konsequenzen ziehen. Für mich ist eine konsequente Umsetzung der derzeitigen Jugendschutzbestimmungen unabdingbar. Wer Spirituosen an Minderjährige oder Bier und Wein an unter 16jährige abgibt, muss mit der ganzen Härte des Gesetzes bestraft werden. In diesem Zusammenhang möchte ich die Initiative unseres Innenministers ausdrücklich begrüßen, Polizeischüler als Testkäufer einzusetzen.

Gleiches gilt für den Bereich der Alkoholwerbung: Auf die Einhaltung der im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag festgeschriebenen Regelung muss mehr als bisher geachtet werden, sonst ist über ein generelles Werbeverbot nachzudenken. Für den Bereich Nikotin war es auch durchsetzbar.

Darüber hinaus sollte der Gesetzgeber über weitergehende gesetzliche Maßnahmen, wie ein generelles Abgabeverbot von Alkohol an Minderjährige nachdenken. Die heute noch bestehende Möglichkeit, im Beisein einer erziehungsbeauftragten Person Alkohol zu konsumieren, ohne das entsprechende Mindestalter erreicht zu haben, muss ebenso überprüft werden. Wenn die Hürde der Verfügbarkeit deutlich höher gelegt wird, zeigt es Wirkung. Genau das beweist der Einsatz der Chipkarte beim Zigarettenautomaten.

Nur durch die Sensibilisierung der Bevölkerung, der Schulen, Vereine und Eltern ist die Akzeptanz für den Jugendschutz zu erreichen. Durch abgestimmte Maßnahmen im Bereich der Prävention und Kontrolle kann es uns gelingen, sowohl die Kinder und Jugendlichen als auch die Verantwortlichen für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol zu sensibilisieren.

