

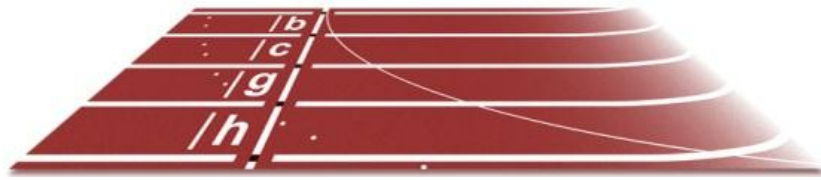
Die Bremer Initiative für ein Alkohol-Werbeverbot im sportlichen Umfeld

**Bertelsen
Claßen
Glaeske
Huppertz**

www.bcgh.de

DIE BREMER INITIATIVE FÜR EIN ALKOHOL- WERBEVERBOT IM SPORTLICHEN UMFELD

Immer mehr Kinder und Jugendliche werden durch Alkohol gefährdet. Gerade im sportlichen Bereich, der für eine gesunde Entwicklung von Kindern und Jugendlichen von besonderer Wichtigkeit ist, sollte auf Werbung für Alkohol konsequent verzichtet werden. Neueste medizinische Erkenntnisse beweisen eine Korrelation zwischen frühem Erstkontakt und späterer Suchtentwicklung. Die Bremer Initiative schließt sich den Forderungen der WHO an und fordert ein sofortiges Werbeverbot für Alkohol im sportlichen Umfeld.



Die Bremer Initiative für ein Alkohol-Werbeverbot im sportlichen Umfeld

**Bertelsen
Claßen
Glaeske
Huppertz**

www.bcgh.de

Bremen, den 6. Mai 2013

3 mal ist Bremer Recht –

3 Fragen – 3 Antworten

Gefragt wird heute:

Sabine Bätzing-Lichtenthäler

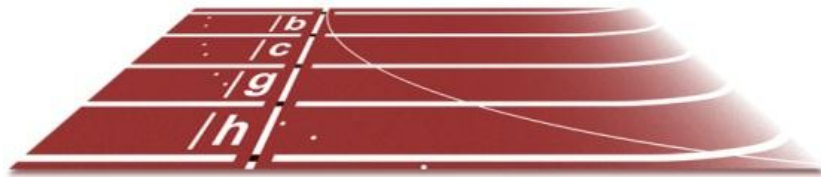
Ehemalige Bundesdrogenbeauftragte, MdB

1. Warum werden im Bereich des Sports von Alkoholproduzenten pro Tag 1 Millionen Euro, mithin über 300 Millionen Euro jährlich für Werbung und Sponsoring eingesetzt aber nur ein Zehntel dieser Riesensumme für Präventionsprogramme?

Der Kampf der Prävention gegen die Werbung ist einer von David gegen Goliath. Die Alkoholproduzenten wollen verkaufen, nicht den Konsum hindern. Die Grenze der Freiwilligkeit von Werbeeinschränkungen und Leistungen für Prävention ist irgendwann erreicht. Ich finde einen Alkoholcent weiterhin richtig, mit dem pro Verkauf eine Abgabe für Prävention gemacht wird.

2. Warum wird im für Kinder und Jugendliche so wichtigen gesundheitsnahen und daher besonders sensiblen Bereich des Sports für Produkte geworben, die nachweislich suchterzeugend wirken, insbesondere bei Konsumenten, die jünger als 21 Jahre sind und deren Hirnreifung noch nicht abgeschlossen ist?

In der Tat ist diese Werbung besonders problematisch. Die Verbindung von positiven Erlebnissen wie Sport oder Freizeit mit Alkohol ist ein gezielter Versuch, bereits Jugendliche an das Produkt zu binden. Dem wird in Zusammenarbeit beispielsweise mit dem DFB, weil Fußball bei Jugendlichen besonders zieht, und in Gesprächen mit den Vereinen vor Ort entgegen gewirkt werden müssen. Gesetzliche Werbeschränkungen sind aber ebenfalls notwendig.



Die Bremer Initiative für ein Alkohol-Werbeverbot im sportlichen Umfeld

**Bertelsen
Claßen
Glaeske
Huppertz**

www.bcgh.de

3. Warum wehrt sich Ihrer Meinung nach die Regierung noch immer gegen eine vergleichsweise klitzekleine Begrenzung der Werbeaktivitäten mit der Begründung, einer „bestehenden funktionierenden Selbstkontrolle der Wirtschaft“, obwohl diese nachweislich nicht funktioniert und mittlerweile 26000 Kinder und Jugendliche pro Jahr in die Kliniken eingeliefert werden?

Sowohl der Wirtschaftsminister, als auch die Drogenbeauftragte entstammen der FDP.