

**Vom SGV veröffentlichte Studie**  
**Die Werbung für alkoholische Getränke hat mengenmässig keinen Einfluss  
auf den Konsum der Jugendlichen**

**Die Schweizer Vereinigung der Markenspirituosen hat mit Interesse von der Studie Kenntnis genommen, die der Schweizerische Gewerbeverband (SGV) heute veröffentlicht hat. Diese von TÜV Rheinland Impuls GmbH und Dr. Stefan Popplereuter durchgeführte Studie untersucht das Konsumverhalten von jungen Schweizern zwischen 14 und 17 in Sachen alkoholische Getränke und insbesondere die Rolle der Werbung. Sie beweist, dass letztere keinen Einfluss auf den Konsum der Jugendlichen hat.**

**Uninteressante Werbung**

83% der Befragten finden die Werbung für alkoholische Getränke langweilig und weniger unterhaltsam als die für andere Produkte. Für ebenfalls 83% von ihnen regt die spezifische Werbung nicht oder kaum zu Alkoholtrinken an und über 90% der Befragten geben an, die Werbung habe keinen Einfluss auf ihren Konsum.

Diese Ergebnisse erstaunen nicht weiter, wenn man bedenkt, dass die Jugendlichen nach eigenen Angaben hauptsächlich an Abenden unter Freunden oder bei Festen wie Sylvester oder Fastnacht alkoholische Getränke konsumieren. Der Konsum von alkoholischen Getränken an Familienfeiern oder allein ist selten.

Wie unsere Vereinigung schon immer betont hat, ist die Werbung ein Instrument zur Beeinflussung der Marktanteile der verschiedenen Marken, wirkt sich jedoch auf einem so gesättigten Markt wie dem Schweizer Markt nicht auf die Konsummengen auf. Dies beweisen übrigens auch die Statistiken: Zwischen 1991 und 2003 ist der Spirituosenkonsum um 12,2% zurückgegangen, während die Werbeausgaben um 38,5% zugenommen haben.

**Getränke im Laden gekauft oder von Dritten bezogen**

42,2% der befragten Jugendlichen beziehen alkoholische Getränke von einem Dritten, während 39,3% von ihnen angeben, diese selber zu kaufen. Dies bestärkt unsere Vereinigung in ihren Bemühungen für die Einhaltung vom Art. 41 des Alkoholgesetzes, der den Verkauf von Spirituosen an Jugendliche untersagt. In diesem Sinne haben wir Ausbildungsmaterial für das Kassenpersonal im Detailhandel, die Tankstellen-Shops und das Bedienungspersonal im Gastgewerbe hergestellt. Dieses unentgeltliche Material besteht aus einer DVD, die anhand von kurzen Szenen zeigt, wie man sich verhalten soll, einer Kursunterlage für die Auszubildenden und einem Prospekt für die Kunden, der auf die gesetzlichen Bestimmungen in Sachen Abgabe von alkoholischen Getränken hinweist.

Der Film «Wie sage ich Nein...» ist auf der Website der SVM, [www.spiritueuxdemarque.ch](http://www.spiritueuxdemarque.ch), Rubrik «Aktivitäten», zu sehen. Fotos des Materials können unter <http://www.rezo.ch/stock/gsmvisuels/index.html> downgeloadet werden.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Alexandra Rys unter der Nummer 022 702 16 55 gerne zur Verfügung.

*Folgende Firmen sind Mitglied der SVM.: Appenzeller Alpenbitter, Bacardi-Martini (Schweiz), Campari Schweiz, Dettling & Marmot, Diageo Suisse, Haecky Wine & Drink, Lateltn, Moët Hennessy (Suisse), Pernod Ricard Swiss.*