

Sitzung vom 26. November 1997

2553. Anfrage (Jugendschutz im Bereich der alkoholhaltigen Süssgetränke)

Die Kantonsräte Hanspeter Amstutz, Fehrltorf, und Thomas Müller, Stäfa, haben am 15. September 1997 folgende Anfrage eingereicht:

Alkoholhaltige Limonaden (auch Alco-Pops oder Softalkoholgetränke genannt) sind ein neuartiges Angebot auf dem Getränkemarkt. Sie sind sowohl mit dem fruchtig-süssen Geschmack wie auch mit dem trendigen Design der Flasche ausgesprochen auf jugendliche Konsumentinnen und Konsumenten ausgerichtet. Wie verschiedene Recherchen ergeben haben, finden die Alco-Pops mit den Namen Hooper's Hooch und Woodys bei den 12–16jährigen reissenden Absatz, während Erwachsene mit den farbigen Süssgetränken wenig anfangen können. Obwohl die Softalkoholgetränke mit 4 bis 5 Volumenprozenten einen ebenso hohen Alkoholgehalt wie Bier aufweisen, merkt man dies ihnen geschmacklich überhaupt nicht an. Da sie als vergorene Getränke nicht dem schweizerischen Alkoholgesetz unterstellt sind, fallen sie unter die kantonale Gesetzgebung.

Alco-Pops sind für Jugendliche heute vielerorts leicht erhältlich, da der Verkauf dieser Produkte an unter 16jährige vom Verkaufspersonal trotz Abgabeverbots meistens nicht unterbunden wird. Zum Teil ist das Verkaufspersonal über den Alkoholgehalt der Getränke und über die gesetzlichen Vorschriften nicht informiert. Angesichts des zunehmenden Alkoholkonsums immer jüngerer Jugendlicher ersuchen wir den Regierungsrat, die folgenden Fragen zu den alkoholhaltigen Süssgetränken zu beantworten:

1. Sind die gesetzlichen Bestimmungen nach Ansicht des Regierungsrates genügend griffig, um den Jugendschutz zu gewährleisten? Welche Anpassungen sind allenfalls nötig?
2. Welche Massnahmen ergreift der Kanton, um sicherzustellen, dass die Vorschriften über den Jugendschutz an den Verkaufsstellen eingehalten werden?
3. Erachtet der Regierungsrat die gegenwärtige Deklaration des Alkoholgehalts bei Softgetränken als genügend? Welche Verbesserungen sind allenfalls nötig?
4. Wie weit wird das Verbot von Werbung für alkoholische Getränke, die sich an Jugendliche unter 18 Jahren richtet, im Kanton Zürich tatsächlich eingehalten? Wie steht es diesbezüglich mit der Alkoholwerbung in Sportstadien und andern Bereichen, wo sich Jugendliche häufig aufhalten?
5. Was unternimmt der Regierungsrat im Bereich der Suchtprävention im Hinblick auf die zunehmende Verbreitung alkoholhaltiger Süssgetränke unter schulpflichtigen Jugendlichen?

Auf Antrag der Direktion der Finanzen
beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Hanspeter Amstutz, Fehrltorf, und Thomas Müller, Stäfa, wird wie folgt beantwortet:

1. Art. 41 lit. i des eidgenössischen Alkoholgesetzes vom 21. Juni 1932 verbietet die Abgabe von gebrannten Wassern an Jugendliche und Kinder unter 18 Jahren. Das Gastgewerbegesetz vom 9. Juni 1985 untersagt in §47 Abs. 2 und 3 die Abgabe von gebrannten Wassern an Jugendliche unter 18 Jahren sowie den Ausschank alkoholhaltiger Getränke an Jugendliche unter 16 Jahren in Gastwirtschaften, es enthält aber kein entsprechendes Verbot für die Abgabe alkoholhaltiger Getränke an Jugendliche in Klein- und Mittelverkaufsbetrieben. Das Gastgewerbegesetz vom 1. Dezember 1996, welches am 1. Januar 1998 in Kraft treten wird, verbietet dagegen in §32 Abs. 2 und 3 sowohl den Ausschank als auch den Verkauf von alkoholhaltigen Getränken an Jugendliche unter 16 Jahren. Die gesetzlichen Bestimmungen sind also im Bereiche des Verkaufs von Wein, Bier, Obstwein und auf der Basis von vergorenem Alkohol hergestellten Mischgetränken in Klein- und Mittelverkaufsbetrieben ergänzt worden und sind ab 1998 ausreichend.

Aus präventiver Sicht stellen insbesondere die neuen, auf der Basis von vergorenem Alkohol oder gebrannten Wassern hergestellten Mischgetränke mit jugendlichem Zielpublikum ein neues Problem dar, welches die volle Aufmerksamkeit der verantwortlichen Instanzen

für Suchtprävention und Jugendschutz verlangt. Oft ist weder dem Verkaufs- und Servicepersonal noch den schulpflichtigen Jugendlichen bewusst, dass die mit kinderfreundlicher Aufmachung versehenen Produkte einen Alkoholgehalt aufweisen, der demjenigen von Bier entspricht. Die unterschiedlichen eidgenössischen und kantonalen Altersgrenzen für gebranntes Wasser bzw. Getränke mit vergorenem Alkohol sind in der Praxis schwierig zu handhaben, eine einheitliche Altersgrenze wäre vom Verkaufs- und Servierpersonal leichter zu kontrollieren. Die Harmonisierung der Altersgrenzen auf Bundesebene wäre daher wünschenswert, eine sinnvolle Altersgrenze für die Abgabe alkoholhaltiger Getränke wäre im Sinne der Prävention das 18. Altersjahr. Ergänzend ist auch darauf hinzuweisen, dass in diesem Bereich bundesrechtliche und kantonale Regelungen bestehen. Für den Vollzug sind Instanzen des Bundes, des Kantons sowie der Gemeinden zuständig. Die Verteilung der Gesetzesbestimmungen auf verschiedene Bundesgesetze und kantonale Gesetze sowie die Vielzahl der beteiligten Instanzen wirken sich auf den Vollzug erschwerend aus.

2. Der Kanton hat die Gemeinden in einem Rundschreiben der Abteilung Wirtschaftswesen der Finanzdirektion vom 25. April 1997 auf die geltenden Bestimmungen aufmerksam gemacht und besonders auf die alkoholhaltigen Limonaden und Mischgetränke hingewiesen. Gestützt auf eine entsprechende Aufforderung im Rundschreiben haben die Gemeindebehörden 14 Verzeigungen und 2 Verurteilungen wegen in den Jahren 1992 bis 1996 festgestellter Widerhandlungen gegen Art. 41 des Alkoholgesetzes und §47 des Gastgewerbegesetzes gemeldet. Im Zusammenhang mit der Einführung des neuen Gastgewerbegesetzes sind die Gemeinden zudem mit Kreisschreiben sowie an Informationsveranstaltungen über die neuen Bestimmungen sowie den Jugendschutz aufmerksam gemacht worden. Auch wird die Informationskampagne «Sucht hat viele Ursachen» mitfinanziert.

3. Die gegenwärtige Deklaration des Alkoholgehaltes bei den alkoholhaltigen Süssgetränken, die sich bezüglich Aufmachung, Werbung und Marketingstrategien gezielt an Jugendliche wenden, ist nicht für alle Konsumenten genügend. Nicht selten ist die Deklaration des Alkoholgehaltes sehr klein gedruckt, an einer Stelle, die wenig Aufmerksamkeit findet und zudem noch in einer abgekürzten Schreibweise. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass es in der Bevölkerung bereits weitgehend bekannt ist, dass diese neuartigen Getränke alkoholhaltig sind. Durch eine klar ersichtliche Deklaration des Alkoholgehaltes würde jedoch beim Verkaufspersonal, bei Eltern und bei den Jugendlichen eine allfällige Unkenntnis beseitigt. Es wäre deshalb wünschenswert, die eidgenössische Lebensmittelverordnung entsprechend zu ergänzen.

4. Art. 42 lit. b des Alkoholgesetzes schränkt die Werbung für Spirituosen ein. Vielerorts ist auch die Werbung für andere alkoholische Getränke auf öffentlichem Grund verboten. Ein solches Verbot zu erlassen steht allerdings in der Zuständigkeit der Gemeinden. Im übrigen kann auf Art. 14 lit. b der Radio- und Fernsehverordnung sowie Art. 24 der eidgenössischen Lebensmittelverordnung verwiesen werden, welche die Tabak- und Alkoholwerbung teilweise verbieten. Untersuchungen, inwieweit diese Bestimmungen eingehalten werden, liegen nicht vor.

Einige der alkoholhaltigen Süssgetränke sind in Gebinden abgefüllt, die von der graphischen Aufmachung her eindeutig Zielgruppen des Alterssegmentes der 10–12jährigen ansprechen. Das Kantonale Laboratorium und der kantonale Präventionsbeauftragte werden dieses Problem in nächster Zeit angehen.

Alkoholwerbung in Sportstadien kann nicht generell verboten werden, da sich dort auch eine nicht zu unterschätzende Anzahl erwachsener Personen regelmässig aufhalten. Bei Schulanlässen und Sportveranstaltungen, die sich nur an unter 16jährige wenden, ist die Werbung für alkoholische Getränke hingegen untersagt. Auch auf dem Gebiet der Werbung erschwert die Trennung zwischen Spirituosen und den übrigen alkoholischen Getränken verbunden mit verschiedenen Altersgrenzen eine auf Jugendliche ausgerichtete Prävention.

5. Betreffend Suchtprävention und Jugendalkoholismus wurde die Problematik frühzeitig erkannt. Bereits ein Jahr nach dem Inkrafttreten des Gastgewerbegesetzes vom 9. Juni 1985 wurde dem kantonalen Abstinenzverband Fr. 50000 aus dem Alkoholzehntel für eine Aktion «kein Alkohol an Kinder, kein Schnaps für Jugendliche» zur Verfügung gestellt. Dieses Projekt musste leider, da es nicht kompetent durchgeführt wurde, eingestellt werden. Es wurde erst 1995 in reduzierter Form wieder aufgenommen. Resultat war die Studie «Abgabe und Ausschank von Alkoholika an Kinder und Jugendliche unter 16

Jahren», die in den Medien auf erhebliche Beachtung stiess und als Plakat in die Medienkampagne «Sucht hat viele Ursachen» Eingang fand. Der Plakattext: «Trotz Verbot wird in 68% der Wirtshäuser und in 90% der Läden Alkohol an unter 16jährige verkauft», führte zu massiven Protesten bei den Wirten und hat damit wohl seinen Zweck erreicht, die Öffentlichkeit für den Bereich des Jugendalkoholismus zu sensibilisieren. Das für die Gesamtkoordination in der Suchtprävention zuständige Institut für Sozial- und Präventivmedizin sieht vor, im Jahr 1998 das Thema alkoholische Süssgetränke mit hoher Priorität anzugehen. Dies berücksichtigt, dass die Medienkampagne «Sucht beginnt im Alltag» sowie die regional und kantonsweit tätigen Fachstellen für Suchtprävention dieser Problematik verstärkt Beachtung schenken und zusammen mit den Lehrkräften koordinierte Anstrengungen unternehmen, um auch die Eltern schulpflichtiger Kinder zu informieren. Zusätzlich bedarf es aber einer Unterstützung der neu mit dem Vollzug des Gastgewerbegesetzes betrauten Gemeindebehörden durch die Fachleute der Suchtprävention. Letztlich führt aber auch kein Weg an der Einsicht vorbei, dass vor allem die Eltern aufgefordert sind, auch in diesem neuen Bereich ihre erzieherische Verantwortung wahrzunehmen.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Direktionen der Finanzen, der Fürsorge, des Gesundheitswesens und der Volkswirtschaft.

Vor dem Regierungsrat
Der Staatsschreiber:
Husi