

12.01.2017 - 10:10 Uhr

Alkoholmarketing im Internet: Jugendschutz ist wenig wirksam



Lausanne (ots) -

Sucht Schweiz hat das Marketing und den Verkauf von Alkohol im Internet unter die Lupe genommen. Jugendliche werden trotz bestehenden Einschränkungen durch die Werbung angesprochen. Sie können zudem online leicht Alkohol kaufen. Der Jugendschutz greift zu wenig.

Werbung wirkt, insbesondere bei jungen Menschen. Aus einer Reihe von Forschungsarbeiten ist bekannt, dass ein Zusammenhang zwischen Alkoholwerbung und dem Alter des Erstkonsums sowie der konsumierten Menge besteht. Und dieser Zusammenhang tritt deutlich stärker zutage, wenn die "klassische Werbung" mit Online-Werbung kombiniert wird. Zwar wird Alkoholwerbung in der Regel nicht direkt an Jugendliche gerichtet und die gesetzlichen Vorgaben werden somit formal eingehalten, jedoch gelingt es mit raffinierten Strategien und lifestyle-Elementen wie Musik, Partys etc., Jugendliche, auch Minderjährige, anzusprechen. Als Folge davon trägt die Werbung massgeblich dazu bei, dass der Konsum von alkoholischen Getränken als positiv bewertet wird und der Eindruck entsteht, dass Alkohol zu einem modernen Lebensstil dazugehören muss.

Schwierige Kontrolle des Jugendschutzes im Internet Die Studie zum Online-Alkoholmarketing analysierte zudem, ob die geltenden Richtlinien eingehalten werden. Zum Einen gelten für die Regulierung von Alkoholwerbung gesetzliche Rahmenbedingungen und zum Anderen verpflichtet sich die Alkohol- sowie die Werbeindustrie zur Einhaltung sogenannter Selbstregulierungskodizes. Zwar kann hier festgehalten werden, dass Alkoholwerbung diese Anforderungen formal erfüllt, ein kritischer Blick auf die Werbung im Internet weckt jedoch Zweifel, inwiefern insbesondere ein angemessener Jugendschutz tatsächlich gewährleistet ist. Denn allzu einfach können Schutzmechanismen wie die Eingabe des Geburtsdatums für den Zugriff auf Websites von Alkoholmarken umgangen werden. Stichprobenartige Testkäufe im Internet zeigten zudem, dass Minderjährige sehr einfach Alkohol nach einer online Bestellung kaufen können.

Konsumierende als Werbeträger dank sozialen Medien Im Internet als Marketingplattform für Alkohol machen sich Werbende insbesondere auch soziale Medien wie z.B. Facebook zunutze. Indem die Adressaten der Werbung Beiträge zu einem Produkt liken, kommentieren oder teilen, betreiben sie quasi Mund-zu-Mund Werbung und werden zu aktiven Botschaftern der Marke. Mit jedem "Gefällt mir" und mit jedem Kommentar geben sie die Werbung an ihr gesamtes Netzwerk weiter. Ein besonderes Augenmerk gilt hier den Inhalten, die durch die Nutzenden selber erstellt werden - man denke beispielsweise an die Bilder von feucht-fröhlichen Anlässen, die im Netz kursieren und welche indirekt ebenfalls Werbung für Alkohol machen - solche von Nutzenden erstellte Inhalte entziehen sich gesetzlichen Vorgaben und Selbstregulierungskodizes jedoch gänzlich. Dabei ist bekannt, dass die Wahrnehmung des Trinkverhaltens der anderen das eigene Trinkverhalten massgeblich beeinflusst und zur Normalisierung des Alkoholkonsums beiträgt.

Alkoholwerbung und -Verkauf im Internet - ein zweischneidiges Schwert Diese Beobachtungen zeigen, dass Onlinemarketing für alkoholische Getränke und deren Verkauf über das Internet das Potenzial hat, in Konflikt mit der öffentlichen Gesundheit zu geraten und insbesondere den Jugendschutz zu schwächen. Es ist belegt, dass Werbeeinschränkungen den Alkoholkonsum reduzieren können und eine Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger befürworten entsprechende Restriktionen.

Die Synthese der vier Teilprojekte zum Herunterladen: Alkoholmarketing und -Verkauf über das Internet: Eine Auslegeordnung

Die einzelnen Berichte:

- Beobachtung des Alkoholmarketings im Internet
- Online Testkäufe: Verkauf von Alkohol über das Internet

- Literaturreview: Online-Alkoholmarketing. Strategien, Wirkung und Regulierung

- Online-Alkoholmarketing. Strategien, Wirkung und Regulierung
Alkoholwerbung im Internet.

Rechtliche Rahmenbedingungen in der Schweiz, Selbstregulierung der Alkoholindustrie und Richtlinien der social media-Plattformen

Sucht Schweiz ist ein nationales Kompetenzzentrum im Suchtbereich. Sie betreibt Forschung, konzipiert Präventionsprojekte und engagiert sich in der Gesundheitspolitik. Das Ziel ist, Probleme zu verhüten oder zu vermindern, die aus dem Konsum von Alkohol und anderen psychoaktiven Substanzen hervorgehen oder durch Glücksspiel und Internetnutzung entstehen. Mehr als 200'000 Personen unterstützen unsere NGO.

Umfassende Informationen zu Sucht Schweiz finden Sie auf unserer Website www.suchtschweiz.ch

Die vorliegende Medienmitteilung finden Sie hier: <http://www.suchtschweiz.ch/aktuell/medienmitteilungen>

Kontakt:

Markus Meury
Mediensprecher
mmeury@suchtschweiz.ch
Tel.: 021 321 29 63

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000980/100797831> abgerufen werden.