

<b>Datenbasis:</b>	1.253 Befragte, darunter 254 Befragte zwischen 14 und 20 Jahren
<b>Erhebungszeitraum:</b>	18. Juli bis 1. August 2023
<b>Statistische Fehlertoleranz:</b>	+/- 3 Prozentpunkte
<b>Auftraggeber:</b>	DAK-Gesundheit

### 1 Folgen von Alkoholkonsum

Zunächst wurden die Befragten gebeten, anzugeben, wie sehr sie verschiedenen Aussagen zu den Folgen von Alkoholkonsum zustimmen.

So gut wie alle Befragten (99 %) stimmen voll und ganz (93 %) bzw. eher (6 %) der Aussage zu, dass es gesundheitsschädlich ist, wenn Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren regelmäßig Alkohol trinken. So gut wie niemand stimmt dieser Aussage nicht zu.

Dass es gesundheitsschädlich sei, wenn Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren regelmäßig Alkohol trinken, denken insgesamt 97 Prozent voll und ganz (81 %) bzw. eher (16 %). Hier stimmen 3 Prozent eher nicht zu.

94 Prozent der Bundesbürger und Bundesbürgerinnen stimmen der Aussage voll und ganz (69 %) bzw. eher zu (25 %) zu, dass es gesundheitsschädlich ist, wenn Erwachsene ab 18 Jahren regelmäßig Alkohol trinken. Dem stimmen 5 Prozent eher nicht zu und 1 Prozent überhaupt nicht.

#### Meinungen zu den Folgen von Alkoholkonsum I

Es stimmen den folgenden Aussagen zu den Folgen von Alkoholkonsum zu

	voll und ganz %	eher %	eher nicht %	überhaupt nicht %
Es ist gesundheitsschädlich, wenn Kinder und Jugendliche <b>unter 16 Jahren</b> regelmäßig Alkohol trinken.	93	6	1	0
Es ist gesundheitsschädlich, wenn Kinder und Jugendliche <b>unter 18 Jahren</b> regelmäßig Alkohol trinken.	81	16	3	0
Es ist gesundheitsschädlich, wenn Erwachsene ab 18 Jahren regelmäßig Alkohol trinken.	69	25	5	1

Den Aussagen, dass es gesundheitsschädlich ist, wenn Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren oder Erwachsene ab 18 Jahren regelmäßig Alkohol trinken, stimmen Frauen noch etwas häufiger voll und ganz zu als Männer.

Je älter die Befragten sind, desto häufiger stimmen sie der Aussage voll und ganz zu, dass es gesundheitsschädlich ist, wenn Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren regelmäßig Alkohol trinken.

Die Meinung, dass ein regelmäßiger Alkohol-Konsum bei Erwachsenen ab 18 Jahren gesundheitsschädlich ist, teilen die 14- bis 20-Jährigen seltener voll und ganz als die älteren Befragten ab 35 Jahren.

## Meinungen zu den Folgen von Alkoholkonsum II

Es stimmen den folgenden Aussagen zu den Folgen von Alkoholkonsum voll und ganz zu

	Es ist gesundheitsschädlich, wenn Kinder und Jugendliche <b>unter 16 Jahren</b> regelmäßig Alkohol trinken.	Es ist gesundheitsschädlich, wenn Kinder und Jugendliche <b>unter 18 Jahren</b> regelmäßig Alkohol trinken.	Es ist gesundheitsschädlich, wenn Erwachsene ab 18 Jahren regelmäßig Alkohol trinken.
	%	%	%
insgesamt	93	81	69
Männer	92	74	62
Frauen	95	86	77
14- bis 20-Jährige	86	68	62
21- bis 34-Jährige	93	77	67
35- bis 49-Jährige	93	81	71
50- bis 64-Jährige	96	83	73
65 Jahre und älter	94	85	70

## 2 Meinungen zu Alkohol-Werbung

Die große Mehrheit der Befragten (79 %) ist der Ansicht, dass Alkohol-Werbung, ähnlich wie Zigaretten-Werbung, darauf hinweisen sollte, dass Alkohol gesundheitsgefährdend ist.

19 Prozent glauben, ein solcher Hinweis sei nicht erforderlich.

Frauen und die 14- bis 20-Jährigen sprechen sich noch etwas häufiger für solch einen Hinweis aus als Männer und die Älteren.

### Sollte Alkohol-Werbung auf Gesundheitsgefährdung hinweisen?

Alkohol-Werbung sollte generell darauf hinweisen, dass Alkohol gesundheitsgefährdend ist

	ja %	nein, ein solcher Hinweis ist nicht erforderlich %
insgesamt	79	19
Männer	73	25
Frauen	85	13
14- bis 20-Jährige	86	11
21- bis 34-Jährige	73	25
35- bis 49-Jährige	76	22
50- bis 64-Jährige	80	17
65 Jahre und älter	80	19

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

Zwei Drittel der Befragten (66 %) glauben auf jeden Fall (24 %) oder eher (42 %), dass Alkohol-Werbung dazu führt, dass Kinder und Jugendliche früher anfangen, Alkohol zu trinken.

31 Prozent denken das eher nicht (29 %) bzw. auf keinen Fall (2 %).

Ältere Befragte ab 50 Jahren sind häufiger als die Jüngeren der Meinung, dass Alkohol-Werbung dazu führt, dass Kinder und Jugendliche früher anfangen, Alkohol zu trinken.

## Meinungen zum Einfluss von Alkohol-Werbung

Es glauben, dass Alkohol-Werbung dazu führt, dass Kinder und Jugendliche früher anfangen, Alkohol zu trinken

	ja, auf jeden Fall %	ja, eher %	nein, eher nicht %	nein, auf keinen Fall %
insgesamt	24	42	29	2
Männer	23	41	30	3
Frauen	25	43	27	1
14- bis 20-Jährige	18	39	36	4
21- bis 34-Jährige	22	31	38	5
35- bis 49-Jährige	22	40	33	2
50- bis 64-Jährige	27	47	22	1
65 Jahre und älter	27	46	23	1

an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

### **3 Meinungen zu Einschränkungen von Alkohol-Werbung**

Den Befragten wurden verschiedene Aussagen zu möglichen Einschränkungen von Alkohol-Werbung zum Schutz von Kindern und Jugendlichen genannt. Sie wurden gebeten anzugeben, welchen dieser Aussagen sie zustimmen.

Die große Mehrheit der Befragten (insgesamt 92 %) spricht sich für mindestens eine der genannten Einschränkungen von Alkohol-Werbung aus. Am häufigsten meinen die Befragten, dass Alkohol-Werbung im Kino vor Filmen für Kinder und Jugendliche nicht mehr gezeigt werden (83 %) sowie auf Plakaten in der Nähe von Schulen und Kitas verboten sein sollte (81 %).

71 Prozent sind der Ansicht, dass ein Verbot von Alkohol-Werbung in sozialen Medien, wie z.B. Instagram, Facebook und YouTube gelten sollte.

Jeweils etwa zwei Drittel der Befragten meinen, Alkohol-Werbung sollte zum Schutz von Kindern und Jugendlichen im Fernsehen vor 22 Uhr nicht mehr gezeigt werden (66 %) und auch bei Streaming-Diensten, wie Netflix, Amazon Prime und Sky Go nicht mehr möglich sein (64 %).

Dass Werbung von Alkohol bei Sportveranstaltungen verboten sein sollte, sagen 58 Prozent. Auf Webseiten im Internet sollte Alkohol-Werbung nach Meinung von 52 Prozent und in Zeitungen und Zeitschriften nach Meinung von 43 Prozent untersagt sein.

Nur 6 Prozent aller Befragten sprechen sich gegen alle genannten Einschränkungen von Alkohol-Werbung aus.

## Meinungen zu Einschränkungen von Alkohol-Werbung

Es stimmen folgenden Aussagen zu: Zum Schutz von Kindern und Jugendlichen sollte Alkohol-Werbung...	ins- gesamt	Männer	Frauen	14- bis 20- Jährige	21- bis 34- Jährige	35- bis 49- Jährige	50- bis 64- Jährige	65 Jahre und älter
	%	%	%	%	%	%	%	%
...im Kino vor Filmen für Kinder und Jugendliche nicht mehr gezeigt werden.	83	79	86	81	79	79	87	84
... auf Plakaten in der Nähe von Schulen und Kitas verboten werden.	81	81	81	76	79	75	85	85
...in sozialen Medien (z.B. Instagram, Facebook, YouTube) verboten werden.	71	66	75	65	67	68	76	74
...im Fernsehen vor 22 Uhr nicht mehr gezeigt werden.	66	62	70	58	62	64	72	69
...bei Streaming-Diensten (z.B. Netflix, Amazon Prime, Sky Go) nicht mehr möglich sein.	64	61	67	56	62	58	69	69
...bei Sportveranstaltungen verboten werden.	58	55	61	49	44	55	64	68
...auf Webseiten im Internet untersagt werden.	52	50	54	43	43	46	58	61
...in Zeitungen und Zeitschriften untersagt werden.	43	40	46	34	41	39	48	48
nichts davon	6	8	5	7	8	9	4	6
weiß nicht/keine Angabe	2	1	2	1	2	3	1	1

Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich