

DOSSIER

Trinken ist cool

Die Werbung verkauft Jugendlichen Alkohol als schick, sportlich und sexy, kritisiert der Suchtexperte Falk Kiefer

DIE ZEIT: Die Zahl der Jugendlichen, die mit Alkoholvergiftung ins Krankenhaus eingeliefert werden, ist erschreckend gestiegen. Wie erklären Sie sich das?

FALK KIEFER: Suchtstoffe sind dadurch gekennzeichnet, dass sie »Lust auf mehr« machen. Wenn Sie ein Bier getrunken haben, bekommen Sie oft Appetit, weiterzutrinken. Wenn wir dennoch aufhören, liegt das daran, dass wir unerwünschte Konsequenzen vermeiden wollen - im Freundeskreis, in der Familie, in der Schule, im Betrieb. Wenn aber die Freunde Betrunkensein »cool« finden, wenn Eltern gleichgültig oder hilflos reagieren, ebenso wie Lehrer, die Schülern nichts bieten können, das es wert wäre, nüchtern in den Unterricht zu kommen - dann gibt es kaum noch Gründe, sich beim Trinken zurückzuhalten.

ZEIT: Welche Rolle spielt die Alkoholwerbung?

KIEFER: Sie spielt eine große Rolle, vor allem indem sie Alkoholkonsum schick macht. Jugendliche sind ja stark auf ihre Außenwirkung konzentriert, sie wollen gut ankommen. Wenn Schönheit, Sportlichkeit oder eine attraktive Subkultur von der Werbeindustrie mit Alkoholkonsum verknüpft wird, verwundert es kaum, wenn Jugendliche, zumal solche ohne sozialen Rückhalt, der Werbung erliegen.

ZEIT: Befürworten Sie ein Werbeverbot für alkoholische Getränke?

KIEFER: Ja, weil Werbung besonders gern dort platziert wird, wo auch viele Jugendliche zusammenkommen. Bierwerbung sehen Sie fast immer nur in der Fußballbundesliga oder bei Länderspielen. Ein sportbegeisterter Junge kann in unserer Gesellschaft kaum groß werden, ohne zu lernen, dass hochklassiger Fußball mit all seinen Idolen und Bierkonsum zusammengehören.

ZEIT: Wie erklären Sie es, dass Deutschland beim Alkoholkonsum im weltweiten Vergleich im oberen Zehntel liegt?

KIEFER: Ein wichtiger Grund liegt darin, dass Alkohol kulturell in unserer Gesellschaft sehr tief verankert ist. Bei uns mischen sich zwei Trinkstile - der skandinavische und der südeuropäische. In Skandinavien wird eher akzeptiert, ab und zu auch einmal schwer betrunken zu sein. Wenn Sie dort aber jeden Tag

eine halbe Flasche Wein trinken, gelten Sie schnell als jemand, der ein Alkoholproblem hat. In Südeuropa hält man dagegen den regelmäßigen Konsum für unproblematisch, dagegen gilt es als anstößig, betrunken durch die Straßen zu wanken. Bei uns, in der Mitte Europas, wird beides akzeptiert. Es fehlen Normen: Wann fängt für Jugendliche, Eltern und Lehrer kritischer Alkoholkonsum an? Oft eben erst dann, wenn Jugendliche komatös ins Krankenhaus eingeliefert werden.

DIE FRAGEN STELLTE ROLAND KIRBACH

Falk Kiefer ist Professor für Suchtforschung in Heidelberg und Stellvertretender Ärztlicher Direktor der Suchtklinik am Zentralinstitut für Seelische Gesundheit in Mannheim