

GUTTEMPLER



Und wie viel Alkohol verträgt die Gesellschaft?

**Vorschläge der GUTTEMPLER für eine nachhaltige
Kostensenkung im Gesundheitswesen und bei den
Rentenversicherern.**

Forderungen

Die Guttempler in Deutschland sind der Auffassung, dass eine notwendige Einstellungs- und Verhaltensänderung gegenüber dem Gebrauch von alkoholischen Getränken durch eine umfassende Information und Aufklärung erreicht werden kann, die durch begleitende gesetzliche Maßnahmen unterstützt werden müssen.

Deshalb fordern die **GUTTEMLER** :

- 1.** Unverzügliche Umsetzung der Beschlüsse der Weltgesundheitsorganisation WHO für Europa
- 2.** Einheitliche Gesetzgebung für alle Suchtmittel
- 3.** Politische Maßnahmen zur Reduzierung des Alkoholverbrauchs
- 4.** Werbeverbot für Alkohol
- 5.** Warnhinweise auf den Produkten bezüglich der Konsumrisiken während der Schwangerschaft und Stillzeit
- 6.** Punkt-Nüchternheit
- 7.** Null-Promille im Straßenverkehr
- 8.** Umfassende und ständige Aufklärung über die Wirkung und Gefahren des Alkohols sowie weitergehende präventive Maßnahmen.
- 9.** Kontinuierliche Forschung zur Ermittlung der alkoholbedingten Folgekosten.
- 10.** Entwicklung einer Alkoholkontrollpolitik ohne Einwirkung der Alkoholindustrie als wesentlicher Verursacher.

Gesellschaftliche Einnahmen und Ausgaben durch den Alkoholkonsum

Gerne weisen die Interessenvertreter der Alkoholindustrie auf die geldspendende Wirkung ihrer Produkte für den Fiskus hin. In der Tat kassiert die öffentliche Hand jährlich durch die Steuern auf Bier, Schaumwein und Branntwein 3 Milliarden Euro.

Eine beachtliche Summe - doch deckt sie nicht einmal 20 % der alkoholbedingten Kosten.

Nach Untersuchungen des Robert Koch Instituts, betragen die alkoholbedingten Kosten jährlich 20 Milliarden Euro für Kranken- und Rentenversicherer.

20 Milliarden Euro müssen Jahr für Jahr von der Solidargemeinschaft aufgebracht werden, um die direkten und indirekten Kosten des Alkoholkonsums zu decken !

Gibt es keinen Ausweg ?

Fakten zum Alkoholkonsum:

7 bis 12 % der Bevölkerung trinken gar keinen Alkohol aber -

über 9 Millionen Menschen haben gravierende Alkoholprobleme oder sind abhängig vom Alkohol.

Es ist davon auszugehen, dass diese Gruppe 70 % des gesamten Alkohols konsumiert.

Menschen, die bereits erhebliche soziale und gesundheitliche Probleme haben, sind die attraktivste Kundengruppe der Alkoholindustrie.

Die Alkoholindustrie macht im wesentlichen ihre Gewinne in dieser Kundengruppe, ohne sich um das menschliche Elend und die gesellschaftlichen Kosten zu kümmern.

Gibt es keinen Ausweg ?

Internationale Untersuchungen belegen, dass die alkoholbedingten Schäden und damit die Kosten im direkten Verhältnis zum Pro-Kopf - Verbrauch an Alkohol stehen.

Wird das Ziel der Weltgesundheitsorganisation erreicht, den Pro-Kopf - Verbrauch an Alkohol um 25 % zu senken, bedeutet das eine Entlastung für die Krankenkassen und Rentenversicherer um **5 Milliarden Euro !**

5 Milliarden Euro, die jährlich ohne Leistungsverlechterungen in Form von Beitragssenkungen an die Bürger weitergegeben werden können.

Entscheidend für die weitere Kostenentwicklung ist es, die Gruppe der Menschen mit einem gefährlichen oder abhängigen Konsum zu reduzieren.

GUTTEMLER und natürlich auch andere Verbände versuchen, Mitmenschen dieser Gruppe mit ihren Angeboten zu helfen.

Untersuchungen zeigen: wer bis zum 25 Lebensjahr keinen riskanten Alkoholkonsum hat, wird auch im weiteren Leben mit großer Wahrscheinlichkeit nicht zum Hochkonsumenten.

Hier liegt der Schlüssel für eine nachhaltige Kostenreduzierung

Das wissen auch die Alkoholindustrie und ihre Interessengruppen,

darum werden Milliarden an Werbung ausgegeben, um besonders die junge Generation für den Alkoholkonsum zu gewinnen. Ungeniert wird auch mit der Rauschwirkung der Produkte geworben und es werden spezielle „Drinks“ Alkopops und Designerdrinks entwickelt. Die Gewinne dieses Geschäftes werden privatisiert und die Folgen werden sozialisiert.

In Deutschland propagiert die Industrie, besonders durch ihre Interessenorganisation der „Deutschen Initiative zur Förderung eines verantwortungsvollen Umgangs mit alkoholischen Genussmitteln (DIFA)“ die Eigenverantwortung. Wenn diese Eigenverantwortung zur Vermeidung eines schädlichen oder abhängigen Konsums führt, würde die Industrie mehr als die Hälfte ihres Umsatzes einbüßen. Darum widersetzt sich die DIFA auch allen gesetzlichen Maßnahmen.

.
Das Thema Jugend und Alkohol existiert für die DIFA nicht, wie ein Besuch auf der home page (www.difa-forum.de) zeigt. Gerade für diese Zielgruppe werden aber Programme und gesetzliche Maßnahmen gebraucht, um einen gefährlichen und abgängigen Konsum im späteren Lebensalter zu verhindern.

Das Einstiegsalter der Jugendlichen muss zukünftig um mindestens 5 Jahre angehoben werden. Gelingt dieses nicht, werden Chancen zur Kostenreduzierung bewusst verspielt.

Ohne energisches Gegensteuern ist sogar zu befürchten, dass das Einstiegsalter noch weiter absinkt, was unweigerlich zu einem Anstieg der Gruppe mit problematischem oder abhängigen Konsum führt, mit einer unweigerlichen Kostensteigerung.

Es gibt einen Ausweg !

Darum fordern die **GUTTEMLER** die folgenden konkreten Maßnahmen:

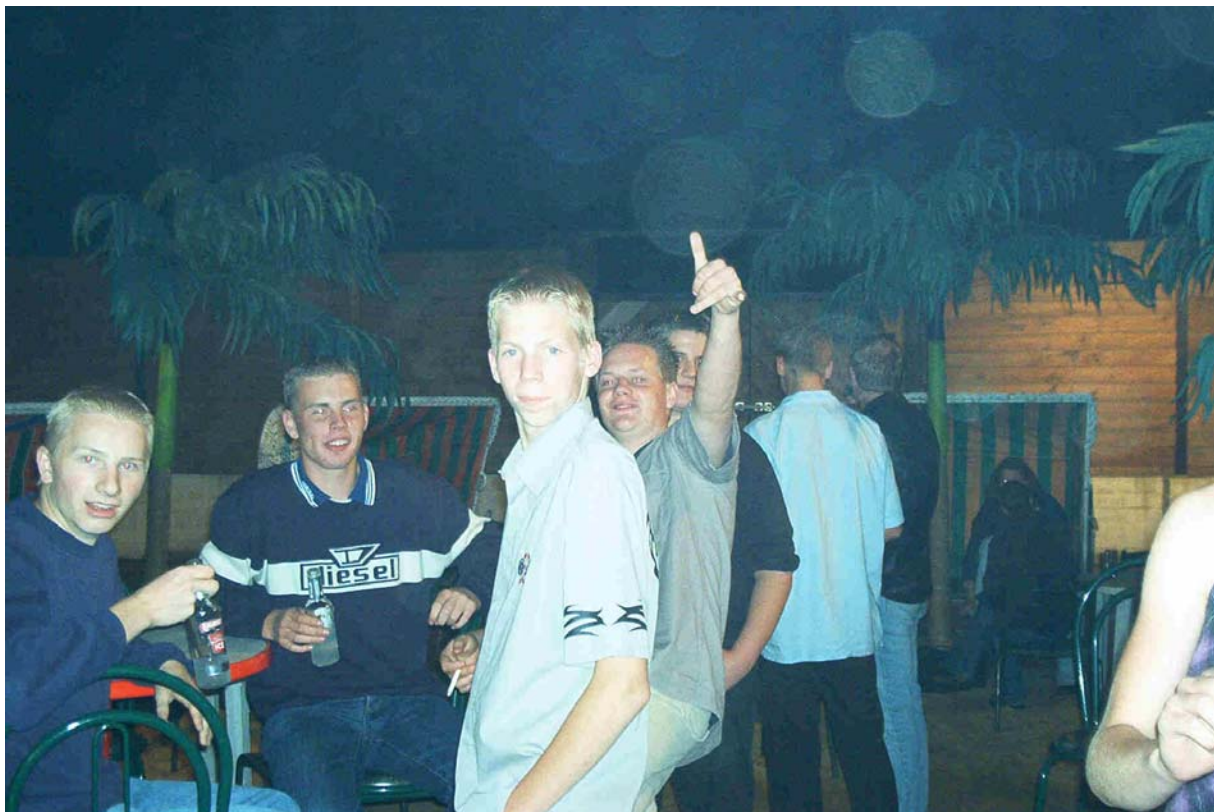
1. Anzeigenkampagne der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung analog der Aids/HIV Kampagne zur gesellschaftlichen Diskreditierung des Alkoholkonsums, besonders unter Jugendlichen
2. Heraufsetzung des gesetzlichen Abgabealters für alkoholische Getränke einheitlich auf das Alter von 21 Jahren
3. Striktes Alkoholverbot in allen Einrichtungen und bei allen Veranstaltungen, die mehrheitlich von Jugendlichen besucht werden
4. Das muss besonders auch für die entsprechenden Abteilungen der Sportvereine gelten.
5. Verbot der verdeckten Werbung durch die Alkoholindustrie(Sponsoring)
6. Generelles Alkoholkonsumverbot im öffentlichen Raum

Viele dieser Forderungen erscheinen sehr drastisch. Das Problem Alkohol, besonders die Entwicklung des Rauschtrinkens unter Jugendlichen, verlangt aber nach energischen Maßnahmen.

Der Alltag in den Discotheken - ein geeigneter Platz für junge Menschen ?

Gesetzliche Vorschriften werden bei der Preisgestaltung nicht eingehalten. Der Literpreis für Mineralwasser beträgt 5 Euro, Bier kostet nur 4 Euro. Ein alkoholfreies Getränk 0,2 Liter, müsste bei diesem Bierpreis nach §6 des Gaststättengesetzes unter 0,80 Euro kosten.

| Soft Drinks | | | Longdrinks | | | Bierbar | | |
|-------------|-------|------------|----------------|------|------------|-----------------|--------|------------|
| Selter | 0.2 L | 1.00.- EUR | Martini | 8 cl | 4.00.- EUR | Felsgold Export | 0.50 L | 2.00.- EUR |
| Coca Cola | 0.2 L | 1.50.- EUR | Amaretto | 4 cl | 3.50.- EUR | Holsten | 0.33 L | 2.00.- EUR |
| Spezi | 0.2 L | 1.50.- EUR | Springer | 4 cl | 3.50.- EUR | Diebels | 0.33 L | 2.00.- EUR |
| Sprite | 0.2 L | 1.50.- EUR | Grüne Wiese | 4 cl | 3.50.- EUR | Fosters | EUR | |
| Fanta | 0.2 L | 1.50.- EUR | Batida de Coco | 4 cl | 3.50.- EUR | Becks | 0.33 L | 2.00.- EUR |
| Bitter | 0.2 L | 1.50.- EUR | Gin | 4 cl | 3.50.- EUR | Jever Fun | EUR | |
| Lemmon | 0.2 L | 1.50.- EUR | Wodka | 4 cl | 4.00.- EUR | Malzbier | 0.33 L | 2.00.- EUR |
| Tonic | 0.2 L | 1.50.- EUR | Tequila Silber | 4 cl | 4.00.- EUR | Alsterwasser | EUR | |
| Ginger Ale | | | Tequila Gold | 4 cl | 4.00.- EUR | Cola + Bier | 0.33 L | 2.00.- EUR |
| | | | Pernod | 4 cl | 4.00.- EUR | Weizen+Banane | EUR | |
| | | | Racardi | 4 cl | 4.00.- EUR | Erdinger Weizen | 0.33 L | 2.00.- EUR |
| | | | | | | Desperado | 0.33 L | 2.00.- EUR |



Jugend braucht Spaß und Ausgelassenheit, gemäß dem Goethe Zitat:

„Jugend ist Trunkenheit ohne Wein“ .



APEX
DISCOTHEK

HEUTE
TASTE IT!

Wir bieten heute eine ganze Reihe neuer Getränke zum Selbsttest an. Für nur einen Euro pro Getränk kann man sich also ganz unbeschwert durch unser Angebot trinken und vielleicht den neuen Lieblingsdrink entdecken

... jenseits!

Probierstunden zu günstigen Preisen sind eine beliebte Methode, um besonders junge Menschen mit der Droge Alkohol „anzufixen“. Und das alles ganz legal mit einem Hinweis auf die persönliche Freiheit und Verantwortung.

Die späteren Probleme allerdings, werden dann von der Allgemeinheit getragen, mit enormen Kosten für die Krankenkassen und Rentenversicherer.

„Ganz unbeschwert durch das Angebot trinken“, das verspricht die Werbung.

Die Heimfahrt und der weitere Abend bleiben dann oft nicht so unbeschwert.

Nach Untersuchungen des Robert Koch Institut lebt die Mehrheit der 15-19jährigen Menschen alkoholfrei.

Durch attraktive Angebote im Freizeitbereich und in der Jugendpflege kann es gelingen, diese Gruppe zu vergrößern und gleichzeitig den Beginn des Alkoholkonsums auf spätere Lebensjahre zu verschieben.

Dazu ist eine gesellschaftliche Diskussion erforderlich. Voraussetzung für eine verantwortungsvolle Diskussion ist aber, dass die Alkoholindustrie und ihre Interessengruppen von der Teilnahme ausgeschlossen sind, da sie aus wirtschaftlichen Gründen kein Interesse an einer Problemlösung und damit an einer Kostenreduzierung haben können.

Herausgeber: Deutscher Guttempler-Orden (I.O.G.T.) e.V. 20097 Hamburg
www.guttempler.de Tel. 040 245880 eMail: info@guttempler.de