„Beim Alkohol ist der Staat in der Pflicht“

Kontrollen: Bund und Länder schieben Verantwortung hin und her

Von Thomas Klüter

Bielefeld. Anscheinend traut sich niemand so richtig heran an die gesetzlichen Regelungen zur Abgabe von Alkohol. Zu stark ist die Lobby der Hersteller, zu groß sind die wirtschaftlichen Interessen. Auch die des Staats. „Da stehen sich das Gesundheitsministerium und das Wirtschaftsministerium gegenüber“, sagt Rolf Hüllinghorst, früherer Geschäftsführer der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS).

„Und Marlene Mortler zeigt mit dem Finger auf die Kommunen, um von ihrer eigenen Untätigkeit abzulenken.“ Die Bundesdrogenbeauftragte rief jetzt die Städte und Gemeinden dazu auf, stärker zu kontrollieren, ob Einzelhändler trotz des Jugendschutzgesetzes Alkohol an Minderjährige verkaufen. Testkäufe in Berlin hatten zuvor ergeben, dass 16-Jährige in neun von zehn Fällen erfolgreich waren.

Rolf Hüllinghorst sieht aber den Staat in der Pflicht: „Alkohol und Tabak müssen gesetzlich als gefährliche Produkte eingestuft werden, genau wie Cannabis.“ Bereits 2008 stellte die damalige Bundesdrogenbeauftragte Sabine Bätzing einen Aktionsplan gegen Alkohol- und Tabakkonsum vor. „Durch den Einfluss der Tabakindustrie hat der Plan es nicht mal bis ins Kabinett geschafft“, sagt Hüllinghorst.

Dabei liegen effektive Lösungsansätze auf der Hand. In vielen Ländern der Europäischen Union sind sie längst Standard. Der Steuersatz müsse angehoben und einheitlich geregelt werden, sagt Hüllinghorst. Zur Zeit fallen in Deutschland für einen Liter Reinalkohol bei Spirituosen 13 Euro an, bei Bier nur zwei Euro. Wein wird überhaupt nicht besteuert, weil er als landwirtschaftliches Produkt gilt. Ein höherer Preis würde aber die gewünschte Wirkung zeigen, denn zehn Prozent der Deutschen sind für 50 Prozent des Alkoholverbrauchs im Land verantwortlich und da sind die Kosten ein ernstzunehmendes Argument. „Und einem Wein-Genießer machen ein paar Euro meistens nicht viel aus“, so Hüllinghorst.

Über separate Verkaufsräume in den Geschäften, ein generelles Abgabeverbot für unter 18-Jährige und eine Ausweispflicht bis zum Alter von 21 Jahren sollte die Verfügbarkeit von Alkohol reduziert werden, schlägt Rolf Hüllinghorst vor. Außerdem dürfe die Imagebildung von Alkohol nicht allein denen überlassen werden, die ein wirtschaftliches Interesse am Verkauf dieser Produkte haben. „Auf jeden öffentlichen Präventionshinweis kommen im Moment 486 Botschaften, die Alkohol positiv darstellen“, sagt Hüllinghorst.

In Städten, in denen Testkäufe gemacht wurden, ging der Verkauf an Jugendliche in der Folge tatsächlich zurück. „In NRW sind diese Tests aber nicht erlaubt“, sagt Hüllinghorst. Beim Lotto wird dagegen stärker durchgegriffen: Wer beim Verkauf an unter 18-Jährige erwischt wird, zahlt ein Bußgeld von mehreren hundert Euro und riskiert seine Lizenz.