

## Unterrichtung

durch die Bundesregierung

### Bericht der Bundesregierung über die Auswirkungen des Alkopopsteuer- gesetzes auf den Alkoholkonsum von Jugendlichen unter 18 Jahren sowie die Marktentwicklung von Alkopops und vergleichbaren Getränken

#### Inhaltsverzeichnis

	Seite	
<b>I. Berichtsauftrag</b> .....	1	Um die Auswirkungen der Alkopopsteuer auf den Alkoholkonsum von Jugendlichen unter 18 Jahren in Bezug auf spirituosenhaltige Alkopops und andere alkoholische Getränke und ggf. gesetzgeberischen Regelungsbedarf feststellen zu können, hat die Bundesregierung dem Deutschen Bundestag gemäß § 5 Alkopopsteuergesetz zum 1. Juli 2005 einen Bericht vorzulegen, in dem auch die Marktentwicklung von Alkopops und vergleichbaren Getränken darzustellen ist.
<b>II. Zusammengefasstes Ergebnis</b> .....	1	<b>II. Zusammengefasstes Ergebnis</b>
<b>III. Entwicklung des Alkoholkonsums von Jugendlichen unter 18 Jahren</b> .....	2	Nach den von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) im März/April 2005 im Rahmen einer Repräsentativbefragung bei den 12- bis 17-jährigen Jugendlichen erhobenen Daten lässt der Vergleich mit den Umfrageergebnissen vor Einführung der Alkopopsteuer (Januar/Februar 2004) erkennen, dass der Konsum von spirituosenhaltigen Alkopops bei dieser Altersgruppe erheblich zurückgegangen ist und eine Substitution durch andere alkoholische Getränke nicht stattgefunden hat. Sowohl der Konsum spirituosenhaltiger Alkopops als auch der Alkoholkonsum insgesamt haben sich danach in die von der Bundesregierung beabsichtigte Richtung entwickelt.
<b>IV. Marktentwicklung von Alkopops und vergleichbaren Getränken</b> .....	2	Auch die Untersuchung der Marktentwicklung bei den alkoholischen Getränken zeigt einen sehr deutlichen Nachfragerückgang bei spirituosenhaltigen Alkopops. Dabei sind diese nur teilweise durch andere alkoholische Getränke substituiert worden. Dem Ergebnis der Repräsentativbefragung zufolge war dies jedoch nicht bei den 12- bis 17-jährigen Jugendlichen der Fall.
<b>V. Aufkommen aus der Alkopopsteuer</b> .....	4	Alkopop-Getränkepulver, das in Wasser aufgelöst zu einem fertigen Alkopopgetränk wird, spielt weder am Markt alkoholischer Mischgetränke, noch beim Alkoholkonsum der 12- bis 17-jährigen Jugendlichen eine Rolle.
<b>VI. Kennzeichnung von Alkopops nach dem Jugendschutzgesetz/Präventions- und Aufklärungsmaßnahmen von Bund und Ländern</b> .....	4	
<b>VII. Erfahrungen der Zollverwaltung bei der Steuererhebung/Verwaltungsaufwand</b> .....	5	
<b>VIII. Erfahrungen mit der Alkopopsteuer in anderen europäischen Ländern</b> .....	5	
<b>I. Berichtsauftrag</b>		
Mit dem Gesetz zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums vom 23. Juli 2004 ist auf spirituosenhaltige Süßgetränke – zusätzlich zur Branntweinsteuer – eine Sondersteuer zum Schutz junger Menschen (Alkopopsteuer) eingeführt worden (Artikel 1 – Alkopopsteuergesetz). Ziel der Alkopopsteuer ist es, Alkopops, die nach den vorliegenden Erkenntnissen eine zunehmende Gefahr für die Gesundheit junger Menschen darstellten, so zu verteuern, dass die Nachfrage nach diesen Produkten nachhaltig verringert wird		

Die Einführung der Alkopopsteuer war in gesundheitlicher Hinsicht überaus erfolgreich. Dies zeigt sich auch beim Steueraufkommen. Aufgrund des einschneidenden Absatzrückgangs bei Alkopops ist es weit hinter den Annahmen bei der Einführung der Alkopopsteuer zurückgeblieben. Ein Netto-Mehraufkommen (Differenz zwischen Alkopopsteueraufkommen und Branntweinsteuereinnahmen durch Einführung der Alkopopsteuer), das gemäß § 4 Alkopopsteuergesetz zur Finanzierung von Maßnahmen zur Suchtprävention der BZgA zu verwenden ist, wurde deshalb im Jahre 2004 nicht erzielt. In den ersten Monaten des Jahres 2005 sind die Alkopopsteuereinnahmen zwar leicht angestiegen. Für 2005 ist jedoch ebenfalls ein Netto-Mehraufkommen nicht zu erwarten.

### III. Entwicklung des Alkoholkonsums von Jugendlichen unter 18 Jahren

Die BZgA hat in der Zeit vom 14. März 2005 bis zum 22. April 2005 im Rahmen einer Repräsentativbefragung bei den 12- bis 17-jährigen Jugendlichen Daten über den Konsum von Alkopops und anderen alkoholischen Getränken sowie über die Gründe für ein geändertes Kaufverhalten von Alkopops erhoben (Alkopop-Studie) und diese mit den Daten ihrer Drogenaffinitätsstudie, die aus einer Befragung vor Einführung der Alkopopsteuer (Januar/Februar 2004) stammen, verglichen. Dabei haben sich folgende Veränderungen ergeben:

#### Konsum von Alkopops

Der Konsum spirituosenhaltiger Alkopops bei den 12- bis 17-jährigen Jugendlichen, sowohl was die Häufigkeit als auch was die Menge angeht, ist erheblich zurückgegangen. Der Anteil der Jugendlichen, die angaben, mindestens einmal im Monat spirituosenhaltige Alkopops zu trinken, verminderte sich von 28 Prozent im Jahr 2004 auf 16 Prozent im Jahr 2005. Die Menge reinen Alkohols, die Jugendliche im Mittel pro Woche allein durch spirituosenhaltige Alkopops konsumieren, sank von 8,5 Gramm im Jahr 2004 auf 4,2 Gramm im Jahr 2005. Dabei ist ein durchschnittlicher Alkoholgehalt von 5,5 Prozent vol zugrunde gelegt worden. Seit November 2004 ist der Alkoholgehalt bei den Alkopops auf durchschnittlich 3 Prozent vol vermindert worden.

Wird dieser zugrunde gelegt, hat sich die von den Jugendlichen im Mittel pro Woche getrunkene Menge spirituosenhaltiger Alkopops sogar auf 2,2 Gramm reinen Alkohol vermindert. Der Rückgang findet sowohl bei den weiblichen als auch bei den männlichen Jugendlichen statt.

Der Konsum wein- und bierhaltiger Mischgetränke hat bezüglich der Häufigkeit des Konsums durch die Jugendlichen geringfügig abgenommen.

Alkopop-Getränkpulver, das in Wasser aufgelöst zu einem fertigen Alkopopgetränk wird, wurde innerhalb der letzten 30 Tage vor der Befragung von nicht ganz 1 Prozent (0,78 Prozent) der 12- bis 17-jährigen Jugendlichen konsumiert. Damit spielt es in dieser Altersgruppe praktisch keine Rolle beim Alkoholkonsum.

#### Entwicklung des Konsums anderer alkoholischer Getränke

Der Konsum von Bier und Spirituosen ist konstant geblieben. Bei Wein/Sekt und Cocktails/Longdrinks hat sich die Häufigkeit des Konsums bei den 12- bis 17-jährigen Jugendlichen verringert. Dieser Rückgang zeigt sich vor allem bei den männlichen Jugendlichen.

#### Entwicklung des Alkoholkonsums insgesamt

Der Gesamtalkoholkonsum (Gramm reiner Alkohol pro Woche) ist bei den 12- bis 17-jährigen Jugendlichen leicht zurückgegangen. Unter Ausschluss spirituosenhaltiger Alkopops sank die Menge reinen Alkohols pro Woche von 35,1 Gramm auf 31,3 Gramm. Unter Einbeziehung spirituosenhaltiger Alkopops sank die Menge reinen Alkohols von 43,9 Gramm auf 35,7 Gramm. Bei Zugrundelegung eines durchschnittlichen Alkoholgehalts bei spirituosenhaltigen Alkopops von 3 Prozent vol statt 5,5 Prozent vol (vgl. „Konsum von Alkopops“, Abs. 1) verringert sich die zuletzt genannte Menge reinen Alkohols auf 33,7 Gramm. Dieser Rückgang belegt einerseits den geringeren Konsum spirituosenhaltiger Alkopops und andererseits den allgemeinen Trend zu einem geringeren Alkoholkonsum im Jugendlichenalter.

#### Gründe für das veränderte Kaufverhalten bei Alkopops

Spirituosenhaltige Alkopops sind in der Gruppe der unter 18-jährigen Jugendlichen vor allem deshalb nicht mehr gekauft worden, weil sie – als Folge der Steuererhöhung – zu teuer geworden sind und weil die Jugendlichen – aufgrund der intensivierten Aufklärung und öffentlichen Debatte über Alkopops – besser über die gesundheitlichen Gefahren informiert sind.

#### Fazit

Der Vergleich der Untersuchungsergebnisse aus den Jahren 2004 und 2005 lässt erkennen, dass

- die 12- bis 17-jährigen Jugendlichen den Konsum spirituosenhaltiger Alkopops verringert haben,
- keine Substitution des Alkopopkonsums durch andere alkoholische Getränke stattgefunden hat,
- sich sowohl der Konsum spirituosenhaltiger Alkopops als auch der Alkoholkonsum insgesamt bereits in diesem relativ kurzen Beobachtungszeitraum in die von der Bundesregierung beabsichtigte Richtung entwickelt haben.

Die Alkopop-Studie ist im Internet unter <http://www.bmgs.bund.de/downloads/Alkopop-Studie.pdf> veröffentlicht worden.

### IV. Marktentwicklung von Alkopops und vergleichbaren Getränken

Im Vergleich zu den zuvor genannten Untersuchungsergebnissen liegen die Daten zur Marktentwicklung in einer

weniger differenzierten Form vor. Alle Angaben beziehen sich auf die Gesamtbevölkerung. Alkopops werden in den Statistiken – wegen ihres geringen Anteils am Gesamtmarkt alkoholischer Getränke (weniger als 1 Prozent) – weder in spirituosens-, wein- oder bierhaltige Erzeugnisse unterschieden, noch als eigene Produktgruppe ausgewiesen. Sie sind der Gruppe der alkoholhaltigen Mischgetränke zugeordnet. Da die starken Veränderungen in der Entwicklung dort maßgeblich von den Alkopops verursacht werden, können die Ergebnisse jedoch für Aussagen zu diesen speziellen Erzeugnissen herangezogen werden. Da die amtlichen Basisdaten nur bis zum Jahr 2004 reichen, sind wegen der höheren Aktualität auch die Geschäftsstatistiken und andere Quellen mit Angaben bis zum Frühjahr 2005 herangezogen worden.

### **Produktion, Export, Import alkoholischer Mischgetränke (Inlandsaufkommen)**

Aus der Produktionserhebung im Produzierenden Gewerbe und der Außenhandelsstatistik können die im Inland potentiell verfügbaren Mengen (Inlandsaufkommen) errechnet werden. Diese Bilanzierung lässt allerdings Bestandsveränderungen unberücksichtigt. Der Saldo kann nicht dem Verbrauch gleichgesetzt werden. Für alkoholische Mischgetränke insgesamt wurde für 2003 gegenüber 2002 noch eine Ausweitung von Produktion und Inlandsaufkommen (Produktion von 188,2 auf 231,2 Mio. Liter; Inlandsaufkommen von 219,2 auf 239,9 Mio. Liter) verzeichnet. 2004 war die Entwicklung dagegen rückläufig (Produktion 221,4 Mio. Liter, Inlandsaufkommen 224,9 Mio. Liter).

### **Absatzentwicklung alkoholischer Mischgetränke im Lebensmitteleinzelhandel**

Die Erhebungen des Marktforschungsunternehmens Information Resources GfK hinsichtlich der Absatzentwicklung der alkoholischen Mischgetränke im Lebensmitteleinzelhandel sind spezifischer. Damit wird zwar nicht der Gesamtabsatz erfasst, da z. B. das Gastgewerbe und die Tankstellen fehlen, aber der Einzelhandel ist in diesem Bereich ein wichtiger Teilmarkt, so dass die dort festgestellten Tendenzen auch auf den Gesamtmarkt übertragen werden können. Danach wurde im Jahresverlauf 2003 (Juli/August) mit rd. 8,3 Mio. Flaschen à 0,7 Liter (rechnerische Größe) der Höhepunkt des Mischgetränkekonsums erreicht. Ungeachtet der saisonalen Schwankungen war bereits ab Anfang 2004 aufgrund geänderter Konsumgewohnheiten vor dem Hintergrund der öffentlichen Diskussion über die gesundheitlichen Gefahren für Jugendliche und bevorstehende gesetzgeberische Maßnahmen ein Absatzrückgang auf rd. 4 Mio. Flaschen zu beobachten. Nach Einführung der Alkopopsteuer und entsprechender Verteuerung der Produkte gab es im Herbst 2004 und in den ersten Monaten 2005 einen Einbruch von zunächst über 65 Prozent bis zuletzt mehr als 75 Prozent auf rd. 1,1 Mio. Flaschen (März/April) gegenüber den vergleichbaren Vorjahreszeiträumen. Einige Hersteller stellten die Produktion ganz ein. Zudem nahmen Handelsunternehmen Alkopops aus dem Sortiment. Die

Marktführer bieten ihre Alkopops seit November 2004 nur noch mit einem Alkoholgehalt von 3 Prozent vol statt 5,5 Prozent vol an, um die Kostensteigerung durch die Alkopopsteuer im Preis zumindest teilweise aufzufangen

Die im Lebensmitteleinzelhandel ermittelten Daten sind vom Bundesverband der deutschen Spirituosen-Industrie und Importeure auf den Gesamtmarkt alkoholischer Mischgetränke hochgerechnet worden. Danach ist der Anteil der alkoholischen Mischgetränke am Absatz aller alkoholischen Getränke 2004 im Vorjahresvergleich von 0,7 Prozent auf 0,4 Prozent gesunken. Für 2005 ist ein weiterer Rückgang des Anteils zu erwarten.

### **Substitution spirituosenthaltiger Alkopops durch andere alkoholische Getränke**

Eine Substitution spirituosenthaltiger Alkopops durch wein- und bierhaltige Mischgetränke sowie von Alkopops durch andere alkoholische Getränke dürfte allenfalls zu einem geringfügigen Teil stattgefunden haben. Nach den Absatzdaten für Januar bis April 2005 sind die Verkaufsmengen alkoholischer Getränke (ohne Bier) im Lebensmitteleinzelhandel insgesamt rückläufig gewesen (– 1,6 Prozent), was sicherlich auch ein Ausdruck allgemeiner Konsumzurückhaltung ist. Während im Weinbereich (Wein – 0,1 Prozent, weinhaltige Getränke – 0,2 Prozent) kaum Veränderungen ausgewiesen werden, lag die Nachfrage für Spirituosen (– 0,7 Prozent) und für Schaumwein (– 1,4 Prozent) leicht unterhalb des Vorjahresniveaus. Innerhalb des sehr deutlichen Rückgangs der spirituosenthaltigen Mischgetränke insgesamt (– 76,7 Prozent) sind aufgrund der verfügbaren Angaben eventuelle Verlagerungen von spirituosenthaltigen Alkopops auf nicht der Alkopopsteuer unterliegende Mischungen nicht quantifizierbar.

Auch der Gesamtabsatz von Bier (einschl. Biermischgetränke) hat sich in den Monaten Januar bis April 2005 weiter verringert (– 2,8 Prozent). Bei den Biermischungen gab es in dieser Zeit gegenüber den Vorjahresmonaten allerdings einen Anstieg (+ 10,3 Prozent oder rd. 7 Mio. Liter).

Nach den vorliegenden Informationen der Dienststellen der Bundeszollverwaltung ist als Alkopop-Getränkpulver, das in Wasser aufgelöst zu einem fertigen Alkopopgetränk wird, bisher nur ein Erzeugnis unter der Bezeichnung „Subyou-Instantgetränkpulver mit Alkohol, Ready to Drink: ca. 4,8 Prozent vol“ in den Verkehr gebracht worden. In der Öffentlichkeit ist das Erzeugnis erst durch Medienberichte im Oktober/November 2004 bekannt geworden. Von diesem Produkt wurden bisher keine größeren Mengen hergestellt. Das Subyou-Instantgetränkpulver wird im Internet sowie nach Feststellungen der Verbraucherzentrale Hessen vom März 2005 in einigen Getränkemärkten und Tankstellen im Raum Hessen angeboten.

### **Verbrauchsentwicklung bei alkoholischen Getränken**

Die Daten zur Verbrauchsentwicklung, die auf Jahresbasis berechnet werden (Verbrauch pro Kopf in Liter Ware im Jahr), bestätigen den Trend bei den Hauptgruppen der

alkoholischen Getränke. Auch 2004 gab es keine wesentlichen Veränderungen: Der Bierverbrauch (einschl. Biermischgetränke) geht langfristig zurück (2000: 125,7 Liter, 2004: 115,5 Liter), bei Schaumwein ist nach Einschränkungen vergangener Jahre eine Stabilisierung eingetreten (2000: 4,1 Liter, 2004: 3,8 Liter). Spirituosen zeigen keine wesentliche Veränderung (2000: 5,8 Liter, 2004: 5,9 Liter). Der Weinkonsum hat sich nach Jahren des Anstiegs nicht weiter erhöht (2000: 20,1 Liter, 2004: 20,5 Liter). Insgesamt weist der Pro-Kopf-Verbrauch reinen Alkohols eine rückläufige Tendenz auf (2000: 9,1 Liter reinen Alkohol, 2004: 8,8 Liter reinen Alkohol).

### **Marktentwicklung bei Alkopops nach Einschätzung der Wirtschaftsverbände und Unternehmen**

Eine Umfrage bei den Wirtschaftsverbänden und bei den bisherigen Marktführern von Alkopops bestätigt im Wesentlichen die Angaben aus den statistischen Quellen. Der Einbruch des Marktes für spirituosenhaltige Mischgetränke wird danach auf 70 Prozent bis 75 Prozent beziffert. Für den Bereich der Discotheken und Tanzbetriebe wird von einem Absatzrückgang zwischen 50 Prozent und 90 Prozent ausgegangen. Dagegen hätte – abweichend von den statistischen Daten – in größerem Umfang ein Austausch von Mischgetränken auf Spirituosensbasis mit den nicht der Alkopopsteuer unterliegenden und preisgünstigeren Bier- und weinhaltigen Mischgetränken eingesetzt.

Zu den wirtschaftlichen Auswirkungen des Gesetzes wird geschätzt, dass bei den Herstellern etwa 140 bis 200 Arbeitsplätze abgebaut wurden und infolge sinkender Werbeaufwendungen um rund 18 Prozent (2004 gegenüber Vorjahr) zwischen 200 und 400 Beschäftigte in Werbeagenturen betroffen waren.

Ein Marktführer von auf Wodkabasis hergestellten Alkopops hatte zunächst vor der Einführung der Sondersteuer versucht, die alkoholische Grundlage seines Erzeugnisses, das er weiterhin unter dem bekannten Markennamen vertreiben wollte, von Wodka auf technisch veränderte Fruchtweine umzustellen. Auf Grund der negativen Berichterstattung in den Medien und auf Drängen der Hersteller klassischer Spirituosen, das Image der Branche in der Öffentlichkeit nicht weiter zu beschädigen, hat dieser Marktführer die Produktion von Alkopops ganz eingestellt.

Ein anderer Marktführer, der Alkopops auf der Basis von Rum herstellt, musste bereits Anfang 2004 Arbeitsplätze abbauen. Um den Produktions- bzw. Abfüllstandort in Deutschland zu erhalten, wurde zwischenzeitlich – um die Kostensteigerung durch die Sondersteuer und die Branntweinsteuer zu reduzieren – der Alkoholgehalt des fertigen Mischgetränkes von 5,5 Prozent voll auf 3 Prozent voll reduziert. Angaben über die Absatzentwicklung dieses Getränks nach Reduzierung des Alkoholgehaltes machte das Unternehmen nicht.

### **Fazit**

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Einführung der Alkopopsteuer bei den durch die Alkopopsteuer ver-

teuerten spirituosenhaltigen Alkopops in der Folgezeit zu einem sehr deutlichen Nachfragerückgang geführt hat. Bereits die zuvor geführte öffentliche Diskussion hatte den Absatz negativ beeinflusst. Produzenten und Handel haben aus ökonomischen Gründen schnell reagiert und die Herstellung teils heruntergefahren, teils eingestellt bzw. die Erzeugnisse ausgelistet. Führende Unternehmen berichten über den Abbau von Arbeitsplätzen.

Nach den bisher verfügbaren Marktentwicklungsdaten sind spirituosenhaltige Alkopops nur teilweise durch andere alkoholische Getränke substituiert worden. Dem Ergebnis der Repräsentativbefragung zufolge war dies jedoch nicht bei den 12- bis 17-jährigen Jugendlichen der Fall (vgl. Abschnitt III – Konsum von Alkopops, Abs. 2).

Alkopop-Getränkpulver, das in Wasser aufgelöst zu einem fertigen Alkopopgetränk wird, spielt am Markt alkoholischer Mischgetränke keine Rolle.

### **V. Aufkommen aus der Alkopopsteuer**

Das Aufkommen aus der Alkopopsteuer betrug im Haushaltsjahr 2004 rd. 0,5 Mio. Euro und ist damit weit hinter dem geschätzten Aufkommen von 17,5 Mio. Euro zurückgeblieben. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass zunächst noch Altbestände verkauft worden sind, die nicht der Alkopopsteuer unterlagen. Außerdem hat auch die während des Gesetzgebungsverfahrens geführte öffentliche Diskussion über die gesundheitlichen Gefahren des Konsums von Alkopops durch Jugendliche und Kinder zum Verbrauchsrückgang beigetragen. Für das Haushaltsjahr 2004 wurde deshalb ein Netto-Mehraufkommen (Differenz zwischen Alkopopsteueraufkommen und Branntweinsteuermindereinnahmen durch Einführung der Alkopopsteuer), das gemäß § 4 Alkopopsteuergesetz zur Finanzierung von Maßnahmen zur Suchtprävention der BZgA zu verwenden ist, nicht erzielt (geschätzt waren für 2004 rd. 5 Mio. Euro).

In den ersten Monaten des Jahres 2005 zeigen die Alkopopsteuereinnahmen demgegenüber zwar eine leicht steigende Tendenz. So sind bis Ende Mai 2005 insgesamt rd. 3,4 Mio. Euro vereinnahmt worden. Das für 2005 ursprünglich geschätzte Alkopopsteueraufkommen von rd. 42 Mio. Euro (Netto-Mehraufkommen rd. 12 Mio. Euro) wird jedoch keinesfalls erreicht werden. Der Arbeitskreis „Steuerschätzungen“ ging im Mai davon aus, dass in 2005 brutto nur noch 7 Mio. Euro Alkopopsteuern vereinnahmt werden.

### **VI. Kennzeichnung von Alkopops nach dem Jugendschutzgesetz/Präventions- und Aufklärungsmaßnahmen von Bund und Ländern**

#### **Kennzeichnung von Alkopops**

Mit Artikel 2 des Gesetzes zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums vom 23. Juli 2004 wurde das Jugendschutzgesetz (JuSchG) um die Kennzeichnungsverpflichtung von Alkopops mit dem Abgabeverbot an Jugendliche unter 18 Jahren auf der Fertigpackung ergänzt, die am 30. Sep-

tember 2004 in Kraft getreten ist. Um sowohl der Industrie eine Umstellung der Etiketten zu ermöglichen, als auch den Abverkauf von Erzeugnissen sicherzustellen, die sich bereits im Handel befinden, wurde gleichzeitig eine dreimonatige Übergangsfrist für das Inverkehrbringen gekennzeichneten Alkopops eingeräumt, die am 30. Dezember 2004 abließ. Mit dem 31. Dezember 2004 ist die Kennzeichnungspflicht nach § 9 Abs. 4 JuSchG zu beachten, so dass sich seit diesem Zeitpunkt nur noch Alkopops mit der erforderlichen Kennzeichnung im Handel befinden dürfen. Informationen darüber, dass die Kennzeichnungspflicht nicht beachtet worden ist, liegen der Bundesregierung von den für die Überwachung zuständigen Behörden der Länder bisher nicht vor.

### Plakataktion zur Verbesserung der Einhaltung der Jugendschutzvorschriften in der Öffentlichkeit

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend wird im Sommer 2005 die Aktion „Jugendschutz: Wir halten uns daran“ mit Plakaten, Flyern und Aufklebern zur Verbesserung der Einhaltung der Jugendschutzvorschriften zusammen mit der Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz, dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e. V., dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e. V. und dem Bundesverband Tankstellen und Gewerbliche Autowäsche Deutschland e. V. durchführen.

Diese Aktion bezieht sich auf die Abgabeverbote für Tabakwaren und Alkohol an Jugendliche unter 16 bzw. 18 Jahren, die Abgabe von Videos und Computerspielen nur entsprechend den Alterskennzeichnungen sowie die Alters- und Zeitbegrenzungen für Gaststätten- und Diskothekenbesuche und richtet sich sowohl an die Verantwortlichen im Einzelhandel als auch an die Betreiber und Betreiberinnen von Gaststätten und Tankstellen und insbesondere auch an deren Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

### Jugendministerkonferenz 2004

Im Mai 2004 hat die Jugendministerkonferenz einen Beschluss gefasst, mit dem Hersteller und Handel aufgefordert werden, ihrer Verantwortung in Bezug auf das Abgabeverbot an Jugendliche unter 18 Jahren (§ 9 JuSchG) gerecht zu werden. Gleichzeitig wurde die Gesundheitsministerkonferenz gebeten, im Rahmen der Suchtprävention Kooperationen von Jugendschutz, Jugendhilfe und Suchthilfe auf örtlicher Ebene zu unterstützen. An die Kultusministerkonferenz wurde die Bitte gerichtet, im Bereich schulischer Präventionsangebote die Gefährdungen durch den Konsum von Alkopops stärker zu berücksichtigen.

Zur Umsetzung des Beschlusses werden in den Ländern differenzierte Maßnahmen zur Alkoholsuchtprävention und zur Einhaltung der Alkoholabgabevorschriften des JuSchG durchgeführt. Hierzu werden folgende Maßnahmen beispielhaft genannt:

- Alkohol- und Suchtpräventionsprojekte für Schulen, Jugendzentren, Jugendgruppen,

- Fachtagungen zum Thema „Alkopops“,
- Arbeitskreise (Runde Tische, Foren, AG Jugendschutz) bestehend aus Vertretern von Jugendamt, Ordnungsamt, Polizeibehörde, Schule, Krankenkassen, freien Trägern, Freizeiteinrichtungen,
- Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit und Materialien zu Jugendschutz und Alkohol – auch Alkopops – für Gewerbetreibende in Einzelhandel und Gaststätten,
- Gaststätten (Diskotheken)- und Verkehrskontrollen und Einleitung von Bußgeldverfahren.

Die BZgA führt im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit und Soziale Sicherung zur Förderung des risikoarmen Umgangs mit Alkohol die Kampagne „Bist du stärker als Alkohol“ durch.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Projekten wie z. B.

- das Projekt „Gut drauf“
- das Peer-Projekt in Fahrschulen
- die Jugendfilmtage „Nikotin und Alkohol – Alltagsdrogen im Visier“
- den Mitmach-Parcours „KlarSicht“ sowie
- Informationsmaterialien (z. B. die Broschüre „Alkopops“ für Eltern, Lehrer und Lehrerinnen).

Die Planung für eine umfassende Kampagne ist durch die BZgA eingeleitet worden. Dazu werden auch Filme, Spots und Anzeigen entwickelt sowie das Internetangebot ausgebaut.

### VII. Erfahrungen der Zollverwaltung bei der Steuererhebung/Verwaltungsaufwand

Bei der Erhebung der in den Zuständigkeitsbereich der Bundeszollverwaltung fallenden Alkopopsteuer hat es bisher keine Probleme gegeben. Dies liegt einerseits daran, dass die Alkopopsteuer zusammen mit der Branntweinsteuer erhoben wird, und andererseits an der überschaubaren Zahl von Herstellern und Beziehern von Alkopops aus anderen Mitgliedstaaten und Drittländern.

Der Verwaltungsaufwand für die Erhebung der Alkopopsteuer ist deshalb gering. Er wird sich auf etwa 70 000 Euro jährlich belaufen.

### VIII. Erfahrungen mit der Alkopopsteuer in anderen europäischen Ländern

Alkopops werden außer in Deutschland noch in Frankreich (seit 1. Januar 1999) und in der Schweiz (seit 1. Februar 2004) besonders besteuert.

In Frankreich unterliegen alle alkoholhaltigen Alkopops einer Sonderabgabe, die zum 1. Januar 2005 von 5 550 Euro auf 11 100 Euro je Hektoliter reinen Alkohols (= rd. 1,68 Euro je 0,275 l-Flasche mit 5,5 Prozent vol Alkoholgehalt) angehoben worden ist. Gleichzeitig mit der Erhöhung der Sonderabgabe, die in vollem Umfang der französischen Krankenversicherungen zufließt, ist die Begriffsbestimmung für Alkopops präzisiert worden. Anlass

für diese Änderung war der kontinuierlich angestiegene Alkopopkonsum der Jugendlichen aufgrund intensiver, auf Jugendliche ausgerichteter Vermarktung von Alkopops.

Die in der Schweiz erhobene Sondersteuer auf spirituosenhaltige Alkopops beträgt mit umgerechnet rd. 7 532 Euro je Hektoliter reinen Alkohols das Vierfache des Steuersatzes auf Spirituosen (Steuerbelastung je 0,275-l-Flasche mit 5,5 Prozent vol Alkoholgehalt rd. 1,14 Euro). In beiden Ländern sind die der Alkopopsteuer unterliegenden

Alkopops praktisch aus den Verkaufsregalen verschwunden.

Dänemark hat zum 1. Juni 2005 eine Alkopopsteuer auf alle alkoholhaltigen Alkopops in Höhe von umgerechnet rd. 52 Cent je 0,275 l-Flasche mit 5,5 Prozent vol Alkohol eingeführt.

In Schweden beschäftigt sich gegenwärtig eine von der Regierung eingesetzte Kommission mit der Frage einer besonderen Steuer auf Alkopops.



