



Forderungen

Ziel

Die Initiative „Kinder ohne Alkohol und Nikotin“ setzt sich dafür ein, dass Kinder und Jugendliche in einer Umgebung aufwachsen, die es ihnen ermöglicht, ihre Persönlichkeit frei von Alkohol und Nikotin* zu entfalten.

Alkohol und Nikotin sind gesundheitsschädlich und suchterzeugend. Ob zu Hause, im Fernsehen, oder bei Sportveranstaltungen – Kinder sind in ihrer Lebenswelt überall mit den beiden Suchtstoffen konfrontiert. Sie sind von Natur aus neugierig, wollen Dinge ausprobieren und vieles selbstbestimmt entscheiden. Erschwingliche Preise, einfache Verfügbarkeit und vielfältige Werbung greifen genau hier an und machen Alkohol und Nikotin für Kinder attraktiv. Oft ist die Frage nicht, ob konsumiert wird, sondern wann. Deshalb bedarf es eines Lebensumfeldes, in dem Alkohol- und Nikotinfreiheit gesellschaftlich selbstverständlich ist. Kinder und Jugendliche sollen Entscheidungen unabhängig von den kommerziellen Interessen der Alkohol-, Nikotin- und Tabakindustrie treffen können. Um ein solches Lebensumfeld zu schaffen, müssen neben Interventionen, die auf das individuelle Verhalten Einzelner zielen, auch regulatorische Schritte ergriffen werden.

Wir fordern politische Maßnahmen, die Kinder und Jugendliche vor Alkohol und Nikotin* schützen:

1 Preise deutlich anheben

In Deutschland sind Alkohol und Nikotinprodukte nach wie vor zu günstig, sodass sie für Kinder und Jugendliche erschwinglich sind. Höhere Preise führen nachweislich zu einem Rückgang des Konsums, insbesondere bei Kindern und Jugendlichen. Gleichzeitig bleiben die Steuereinnahmen stabil oder steigen sogar und das Gesundheitssystem wird entlastet.

Um Kinder und Jugendliche zu schützen, müssen die Preise durch gezielte jährliche Steuererhöhungen, eine Präventionsabgabe und Mindestpreise erhöht werden.

* Wir definieren Nikotinprodukte in diesem Zusammenhang als nicht-pharmazeutische Konsumprodukte. Dazu gehören Tabakprodukte, E-Zigaretten und verwandte Erzeugnisse.

2 Werbung und Sponsoring regulieren

Alkoholwerbung ist im Lebensumfeld von Kindern und Jugendlichen allgegenwärtig, und auch Werbung für Tabak- und Nikotinprodukte ist trotz Beschränkungen weit verbreitet – insbesondere am Verkaufsort und im digitalen Raum.

Um Kinder und Jugendliche zu schützen, muss Marketing für Alkohol- und Nikotinprodukte vollständig beendet werden.

3 Verfügbarkeit einschränken

In kaum einem anderen Land ist der Zugang zu Alkohol- und Nikotinprodukten so einfach und rund um die Uhr möglich wie in Deutschland.

Um Kinder und Jugendliche zu schützen, muss der Verkauf von Alkohol- und Nikotinprodukten auf eine begrenzte Zahl lizenzierter Fachgeschäfte beschränkt und der Verkauf über Automaten und Einzelhandel gestoppt werden.

4 Mindestalter anheben und durchsetzen

In Deutschland beginnen Jugendliche durchschnittlich im Alter von 15 bis 16 Jahren mit dem Konsum von Alkohol und Nikotinprodukten. In Begleitung von Erziehungsberechtigten ist der Konsum von Bier und Wein schon ab 14 Jahren legal. Je früher der Konsum beginnt, desto größer ist das Risiko für Gesundheitsschäden.

Um Kinder und Jugendliche zu schützen, muss das Mindestalter für den Verkauf, Kauf und Konsum von Alkohol mindestens auf 18 Jahre, besser auf 21 Jahre angehoben werden, unabhängig von der Art des alkoholischen Getränks und der Begleitung durch Erziehungsberechtigte. Für Nikotinprodukte muss das Mindestalter, wie in der „[Strategie für ein tabakfreies Deutschland 2040](#)“ gefordert, auf 21 Jahre angehoben werden.

5 Warnhinweise einführen und verschärfen

Alkohol verursacht eine Vielzahl von Erkrankungen wie Abhängigkeit, Krebs, Leber- und Herz-Krankheiten und zudem soziale Probleme für Konsumierende und Dritte. Bei Exposition in der Schwangerschaft kann Alkohol irreversible physische und psychische Schäden beim Kind (FASD) bewirken. Die Gefahren des Alkoholkonsums werden in der Öffentlichkeit jedoch nicht ausreichend bekannt gemacht.

Verpackungen von Nikotinprodukten enthalten zwar schon gesundheitsbezogene Warnhinweise, allerdings gibt es für verschiedene Produktarten unterschiedliche Vorgaben. Zudem wirken die Verpackungen durch Markenlogos und vielfältige Designmöglichkeiten weiterhin harmlos.

Um Kinder und Jugendliche davor zu schützen, müssen große, gut sichtbare gesundheitsbezogene Warnhinweise für alle Produkte, die Alkohol enthalten, eingeführt werden. Für alle Nikotinprodukte müssen standardisierte Verpackungen (Farbe, Schriftart, Schriftgröße) mit großen Bildwarnhinweisen eingeführt werden.

Bündnispartner:innen

Organisationen

Aktionsbündnis Nichtrauchen

Ärztliche Gesellschaft zur Gesundheitsförderung

Ärztlicher Arbeitskreis Rauchen und Gesundheit

Astra Plus

Blaues Kreuz Deutschland

Bundesärztekammer

Centre for Health and Society (chs) am Universitätsklinikum

Düsseldorf Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten

Deutsche Gesellschaft für Pneumologie und Beatmungsmedizin

Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen

Deutsches Krebsforschungszentrum

Deutsches Netz Rauchfreier Krankenhäuser/Rauchfrei Plus

Frauen Aktiv Contra Tabak

Friedensband

Guttempler in Deutschland

Health Care Plus

IFT-Nord

Landeskoordinierungsstelle für Suchtthemen MV (LAKOST)

Movendi International

NACOA Deutschland – Interessenvertretung für Kinder aus

Suchtfamilien Nichtraucherbund Berlin-Brandenburg e.V.

Nichtraucherschutzverband Deutschland

Unfairtobacco

Vivantes

Fachleute

Laura Graen

Univ.-Prof. Dr. Daniel Kotz, PhD MSc MPH