

„Die Bevölkerung schätzt die Initiative der EU, Alkoholmissbrauch zu bekämpfen. Die konkrete Idee der Warnhinweise bringt in den Augen der Verbraucher aber gar nichts.“
(Dr. Oskar Villani)

SDI-Research Dr. Villani & Partner
Markt-, Trend- & Motivforschung
Theodor Körnergasse 28
A-1210 Wien
T: +43/1/272 51 52 – 11
F: +43/1/272 51 52 – 40
eMail: info@sdi-research.at
web: www.sdi-research.at

Warnhinweise auf alkoholischen Getränken?

Konsumenten halten Warnhinweise auf Bier und Wein für sinnlos.

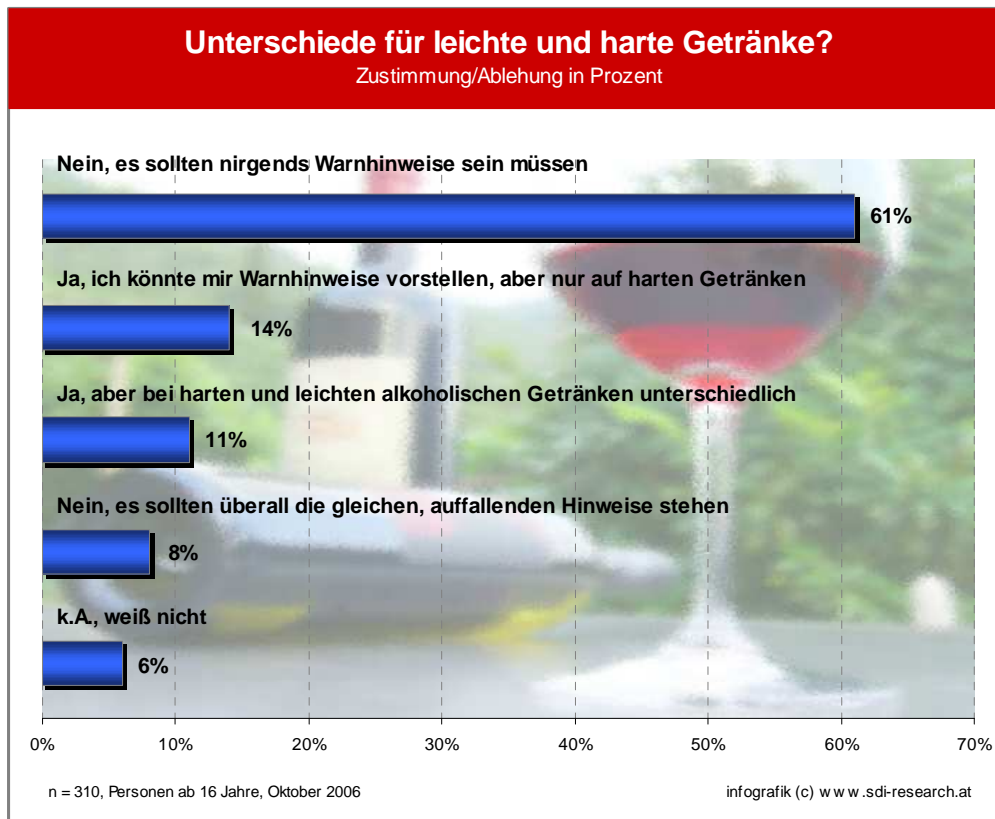
Die Absicht der EU-Kommission zur Bekämpfung des Alkoholmissbrauches Warnhinweise auf Flaschen indirekt zu empfehlen, stößt nicht nur bei den Herstellern, sondern auch bei den Konsumenten auf Ablehnung. Aus eigener Erfahrung gehen 2/3 der Verbraucher davon aus, dass Warnhinweise ihr Verhalten nicht verändern würde.

In einer von SDI-Research durchgeführten repräsentativen Umfrage unter österreichischen Konsumenten steht die deutliche Mehrheit der Idee der Warnhinweise ablehnend gegenüber. 63% der Befragten stehen dem Vorschlag der EU-Kommission strikt ablehnend gegenüber, 13% lehnen den Vorschlag eher ab. 9% halten den Vorschlag für überlegenswert, 10% sind voll und ganz für die Idee der Warnhinweise auf alkoholischen Getränken.



Unterschiedliche Behandlung weicher und harter alkoholischer Getränke

Dabei sind die Befragten nicht prinzipiell gegen das Anliegen der EU-Kommission. Die Idee der Warnhinweise wird aber für Wein und Bier im Gegensatz zu harten alkoholischen Getränken unterschiedlich gesehen. Immerhin 25% der Befragten sprechen sich für eine unterschiedliche Behandlung harter und weicher Getränke aus.



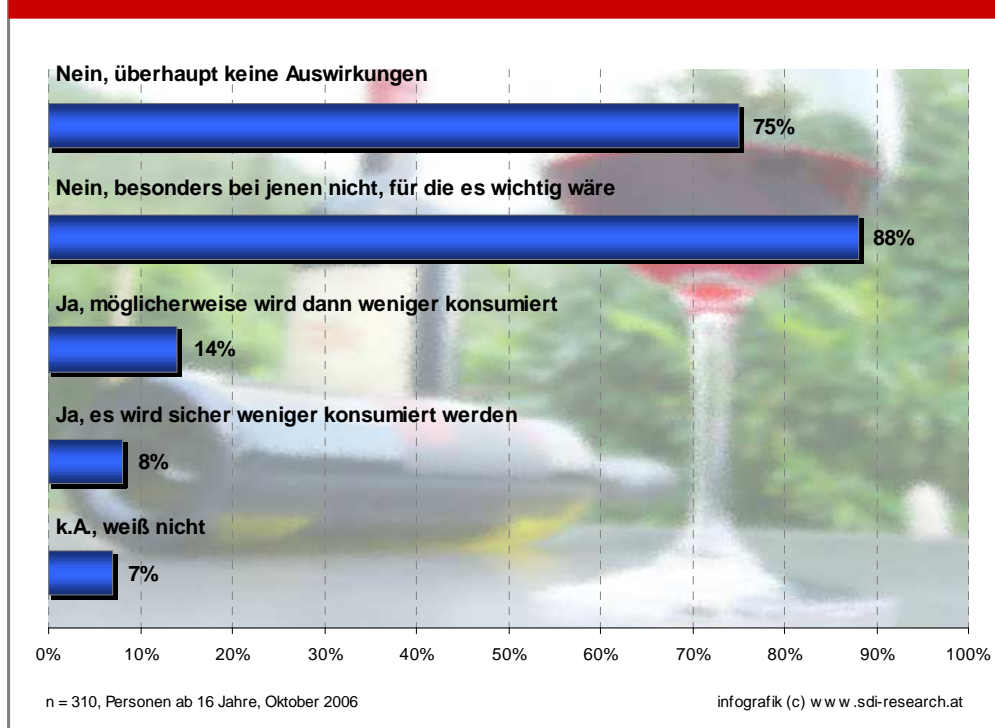
Gründe für die Ablehnung des Kommissionsvorschlages sind vor allem in der persönlichen Erfahrung mit dem eigenen Konsumverhalten begründet. „*Ich kenne kaum jemanden, der sich durch die Warnhinweise auf den Zigarettenpackungen vom Rauchen abhalten lässt. Ich selbst würde wegen solcher Hinweise nicht weniger Wein trinken. Aber ärgere darüber würde ich mich trotzdem*“, wie stellvertretend für die Mehrheit der Befragten eine Wienerin die Situation beschrieb.

Weniger Alkoholmissbrauch durch Warnhinweise?

Die Mehrheit der Konsumenten glaubt nicht, dass Warnhinweise auf Flaschen, Dosen und TetraPacks Alkoholmissbrauch eindämmen könnten. Und zwar ganz besonders dort nicht, wo es am dringendsten erforderlich wäre: bei Jugendlichen, potenziell Gefährdeten und Alkoholkranken.

Weniger Alkoholmissbrauch durch Warnhinweise?

Zustimmung/Ablehnung in Prozent (Mehrfachnennungen)



„Die Konsumenten gehen davon aus, dass Risikogruppen auch bei Warnhinweisen weiter Risikogruppen bleiben und durch einseitige Maßnahmen nicht vom Alkoholkonsum abgehalten werden können. 88% der Befragten sehen vor allem die zu schützenden Personen als nicht erreicht“, analysiert Dr. Oskar Villani.

Bekämpfung mit Mitteln, die auch wirken gefordert

Eine sinnvolle Bekämpfung des Alkoholmissbrauches sehen viele Befragte in der Kontrolle der Einhaltung der bestehenden Vorschriften:

- strenge Kontrollen des Verkaufes von Alkohol an junge Menschen
- Preisgestaltung alkoholischer im Vergleich zu nichtalkoholischen Getränken
- an offensichtlich Betrunkene darf kein Alkohol verkauft werden.

„In der Idee der Warnhinweise auf alkoholischen Getränken sieht die Mehrheit der Befragten nur eine weitere Regelung, die viel Aufwand verursacht und wenig bringt, weil die Probleme nicht dort bekämpft werden, wo sie herkommen“, resümiert Oskar Villani die Reaktionen der Befragten.

Dokumentation:

Zeitraum der Umfrage: 16.-23. Oktober 2006

Sample: 310 Personen, statistisch repräsentativ für die österr. Bevölkerung ab 16 Jahre, telefonisch befragt

Kontakt:

Dr. Oskar Villani (GF) SDI-Research

Impressum:

SDI-Research, Dr. Villani & Partner KEG, Theodor Körnergasse 28, A-1210 Wien, Tel. 01/272 51 52, e-mail: office@sdi-research.at, web: <http://www.sdi-research.at>

SDI-Research ist spezialisiert auf Markt-, Trend- und Motivforschung mit nachhaltiger Perspektive.