Bundeszentrale
für
gesundheitliche
Aufklärung

Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alcopops in der Bundesrepublik Deutschland 2003

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung

Anschrift:

Bundeszentrale
für gesundheitliche Aufklärung
Referat 2-25
Ostmerheimerstr. 220
51109 Köln
Tel.: 0221-8992-341
e-mail: stander@bzga.de
http://www.bzga.de/studien/

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung 5

Bekanntheit von Alcopops 6

Informationsquellen 7

Kaufverhalten 9

Kaufabsicht 11

Konsum von Alcopops 13

Trinkgelegenheiten 14

Alcopops – Konsum der Jugendlichen 16

Konsum und Kauf von Alcopops bei 14-bis 17-Jährigen 19

Daten zur Untersuchung: Ziele und Methoden

Projekttitel:	Bekanntheit, Kauf und Konsum von Alcopops 2003
Ziele:	Repräsentative Wiederholungsbefragung zu Bekanntheit, Kauf; der Kaufabsicht und dem Konsum von Alcopops (fertig gemixte alkoholhaltige Getränke in Flaschen)
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland
Auswahlverfahren:	Mehrstufige Zufallsstichprobe auf Basis des ADM-Telefonstichproben- Systems (Computergestützt ausgewählte Zufallstelefonnummern, Zufallsauswahl von Personen im Haushalt)
Stichprobengröße	2004
Verfahren der Datenerhebung:	Computergestützte Telefoninterviews (CATI)
Gewichtung:	Gewichtung der Personenstichprobe nach Alter und Geschlecht
Datenerhebung, EDV-technische Auswertung und statistische Analysen	Forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH, Berlin
Erhebungszeitraum	25. – 28. August 2003
Konzeptentwicklung, Analyse und Berichterstattung:	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln, Referat 2-25, Volker Stander, Gerhard Christiansen und Jürgen Töppich

Vorbemerkung

Der vorliegende Bericht enthält die Ergebnisse einer repräsentativen Wiederholungsbefragung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung zum Thema Alcopops. Alcopops sind fertig gemixte alkoholhaltige Getränke in Flaschen, deren Basis meist aus fermentiertem oder destilliertem Alkohol und Limonade besteht.

Das Hauptziel dieses Ergebnisberichtes ist es, die aktuell erhobenen Daten mit den identisch erhobenen Daten aus dem Jahre 1998[1] zu vergleichen.
Untersucht wurde die Bekanntheit von Alcopops, das Konsumverhalten, sowie das aktuelle Kaufverhalten und die zukünftige Kaufabsicht.

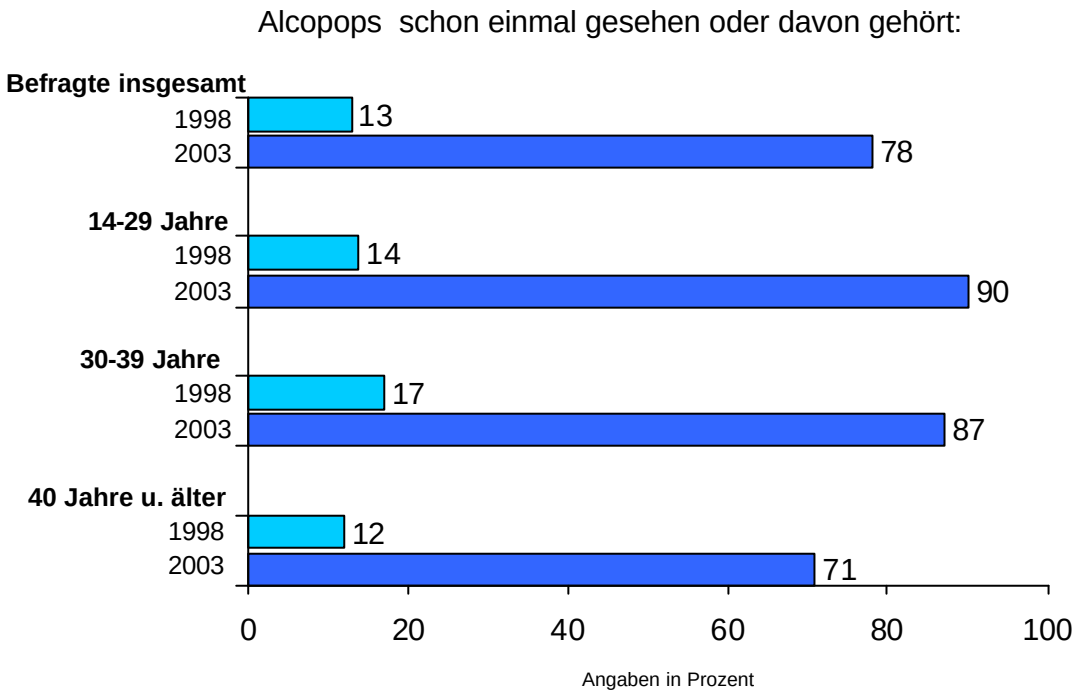
Die Ergebnisse zu den o.g. Themen wurden sowohl für die Gesamtheit der ab 14-jährigen Bevölkerung als auch für die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen ausgewertet, da Alcopops insbesondere von Jugendlichen und jungen Erwachsenen getrunken werden. Zusätzlich werden die Ergebnisse zu den Themen Kaufverhalten, Kaufabsicht und Konsumverhalten für die 14- bis 19-Jährigen bzw. die 14- bis 17-Jährigen ausgewiesen.

[1] Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, 1998: Bekanntheit, Konsum und Kauf von Alcopops.

Bekanntheit von Alcopops

Die Bekanntheit von Alcopops ist seit der ersten Befragung im Jahre 1998 drastisch gestiegen: Beantworteten 1998 13 Prozent aller Befragten die Frage, ob sie von solchen Getränken schon einmal etwas gehört oder diese schon einmal gesehen hätten mit ja, so sind es aktuell 78 Prozent.
Dieser Anstieg lässt sich in jeder Altersgruppe beobachten, wobei jedoch deutlich wird, dass die Bekanntheit von Alcopops bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 29 Jahren besonders hoch ist.

BEKANNTHEIT VON ALCOPOPS 1998 UND 2003
BEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

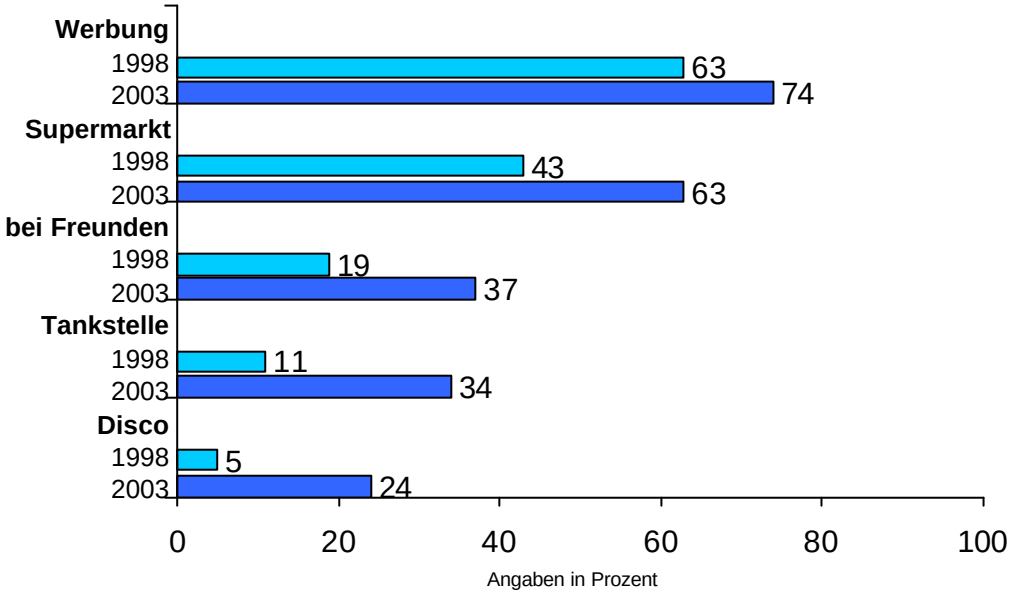
Informationsquellen

Diejenigen, die Alcopops kennen, haben von dieser Getränkeart überwiegend durch Werbung (74%) erfahren oder sie im Supermarkt (63%) gesehen.
Der stärkste Zuwachs lässt sich bei solchen Informationsquellen beobachten, wo man einen direkten Zugang zu diesen Getränken hat, weil sie dort angeboten und/oder verkauft werden, beispielsweise bei Freunden, in Supermärkten, an der Tankstelle und in der Disco.

Grafik 02

INFORMATIONSQUELLEN[1*] 1998 UND 2003
BEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN

Wo haben Sie von Alcopops schon einmal gehört
oder wo haben Sie sie schon einmal gesehen ?

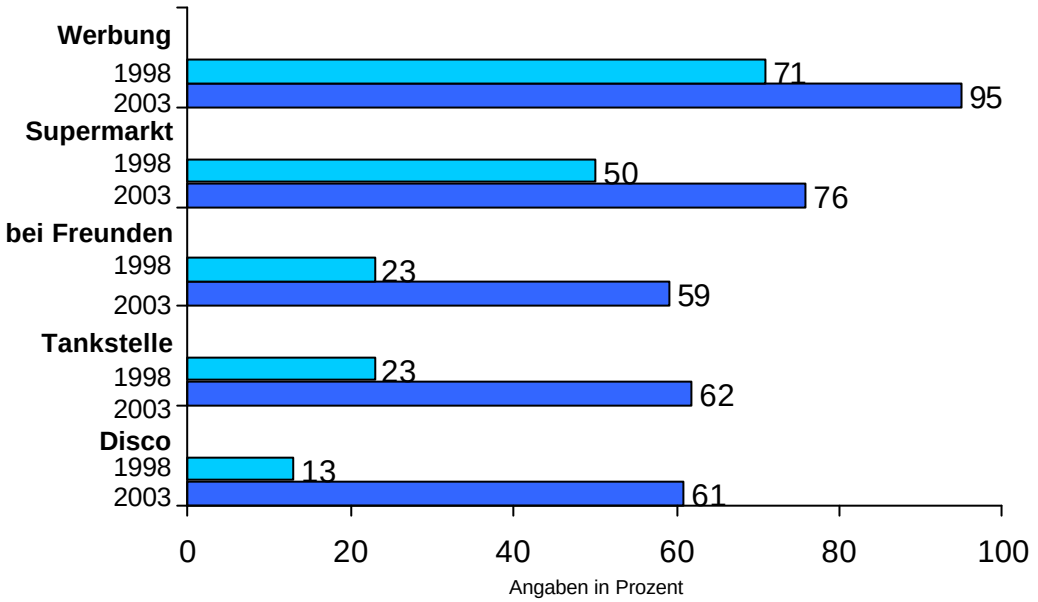


1*) Basis der Prozentuierung: Alle Befragten, die angeben Alcopops schon einmal gesehen oder davon gehört zu haben und diejenigen, die nach Vorlage einer Liste mit Markennamen mindestens einen Namen genannt haben!

Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Fast alle 14- bis 29-Jährigen nennen die Werbung (95%) als Informationsquelle. Darüber hinaus wird deutlich, dass Jugendliche und junge Erwachsene Alcopops in noch stärkerem Maße als die Gesamtbevölkerung an den Orten wahrnehmen, wo man einen direkten Zugang zu Alcopops hat. So nennen 14- bis 29-Jährige überdurchschnittlich häufig den Supermarkt, die Freunde, die Tankstelle und die Disco als Informationsquellen. Diese werden deutlich häufiger als Informationsquellen angegeben als noch 1998.

INFORMATIONSQUELLEN[1*] 1998 UND 2003
14- BIS 29-JÄHRIGE



1*) Basis der Prozentuierung: Alle Befragten, die angeben Alcopops schon einmal gesehen oder davon gehört zu haben und diejenigen, die nach Vorlage einer Liste mit Markennamen mindestens einen Namen genannt haben!

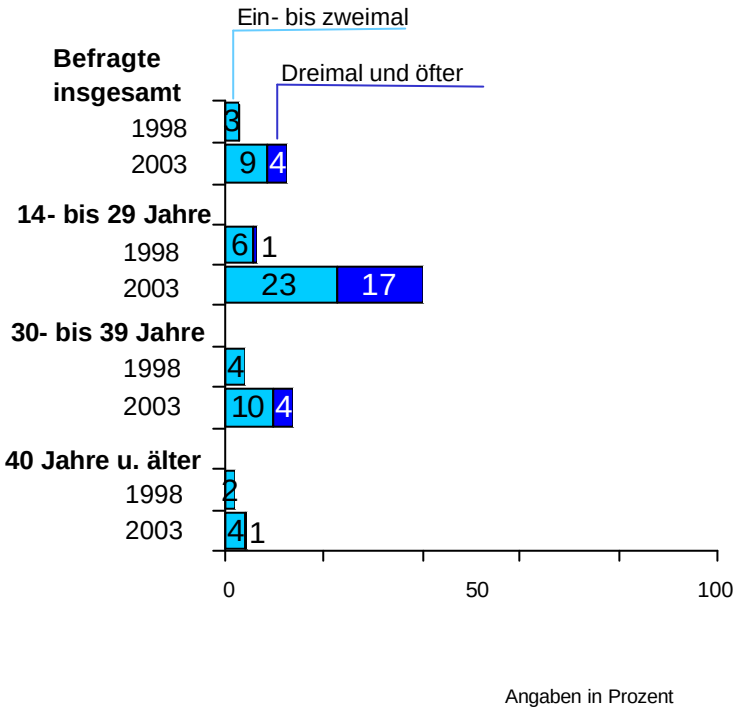
Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Kaufverhalten

Alcopops werden 2003 häufiger gekauft als 1998: Insgesamt 9 Prozent der ab 14-jährigen Bevölkerung haben Alcopops ein- bis zweimal im letzten Monat (vor der Befragung) gekauft und 4 Prozent dreimal und mehr. Dagegen kauften 1998 3 Prozent ein bis zweimal Alcopops und eine höhere Kauffrequenz (dreimal und mehr) kam nicht vor.
Dieser Anstieg der Kaufhäufigkeit lässt sich in allen Altersgruppen feststellen, aber vor allem die Jüngeren kaufen Alcopops deutlich häufiger: 23 Prozent der 14- bis 29-Jährigen haben 2003 Alcopops im letzten Monat ein- bis zweimal und 17 Prozent dreimal oder öfter gekauft. 1998 waren es 6 Prozent (ein- bis zweimal) bzw. 1 Prozent (dreimal und mehr).

KAUFVERHALTEN 1998 UND 2003
BEVÖLKERUNG Ab 14-JAHREN

Es haben Alcopops im letzten Monat gekauft:



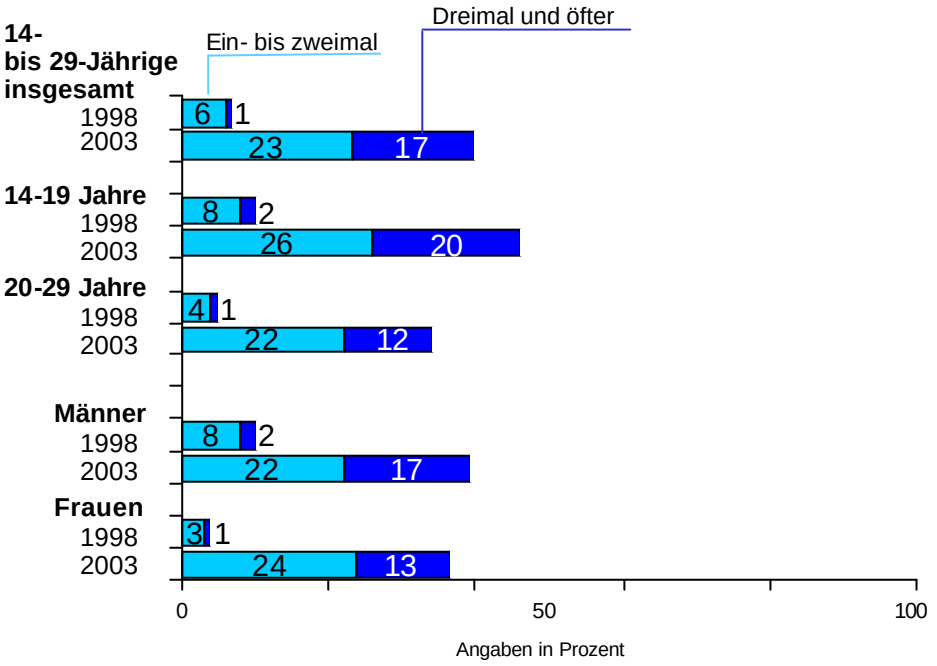
Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Sowohl jüngere Jugendliche als auch junge Erwachsene kaufen Alcopops deutlich häufiger als 1998. Am meisten gekauft werden Alcopops von Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren: 26 Prozent (1998: 8%) kauften ein- bis zweimal und 20 Prozent (1998: 2%) dreimal oder öfter Alcopops im letzten Monat. Bei den 20- bis 29-Jährigen sind es 22 Prozent (1998: 4%) bzw. 12 Prozent (1998: 1%).

Männliche Jugendliche kaufen Alcopops insgesamt etwas häufiger als weibliche Jugendliche.

KAUFVERHALTEN 1998 UND 2003
14- BIS 29-JÄHRIGE

Es haben Alcopops im letzten Monat gekauft:



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

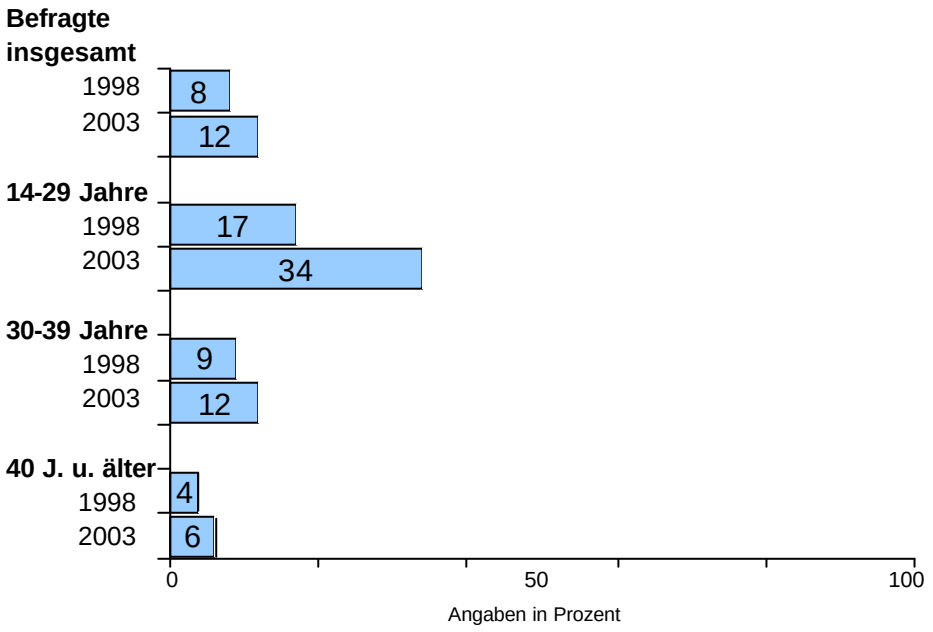
Kaufabsicht

Die Absicht in der nächsten Zeit Alcopops zu kaufen ist ebenfalls gestiegen: Aktuell erwägen 12 Prozent der ab 14-jährigen Bevölkerung in der nächsten Zeit Alcopops kaufen. 1998 waren es 8 Prozent. Damit ist das Käuferpotential in diesem Zeitraum um 4 Prozentpunkte angestiegen.

In allen Altersgruppen lässt sich dieser Anstieg feststellen. Jedoch stieg das aktuelle Käuferpotential insbesondere bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen deutlich an: 34 Prozent der 14- bis 29-Jährigen beabsichtigen in der nächsten Zeit Alcopops zu kaufen. 1998 waren es hingegen 17 Prozent.

KAUFABSICHT 1998 UND 2003
BEVÖKLKERUNG AB 14-JAHRE[1]

Es beabsichtigen in der nächsten Zeit Alcopops zu kaufen:



[1] Basis: alle Befragte

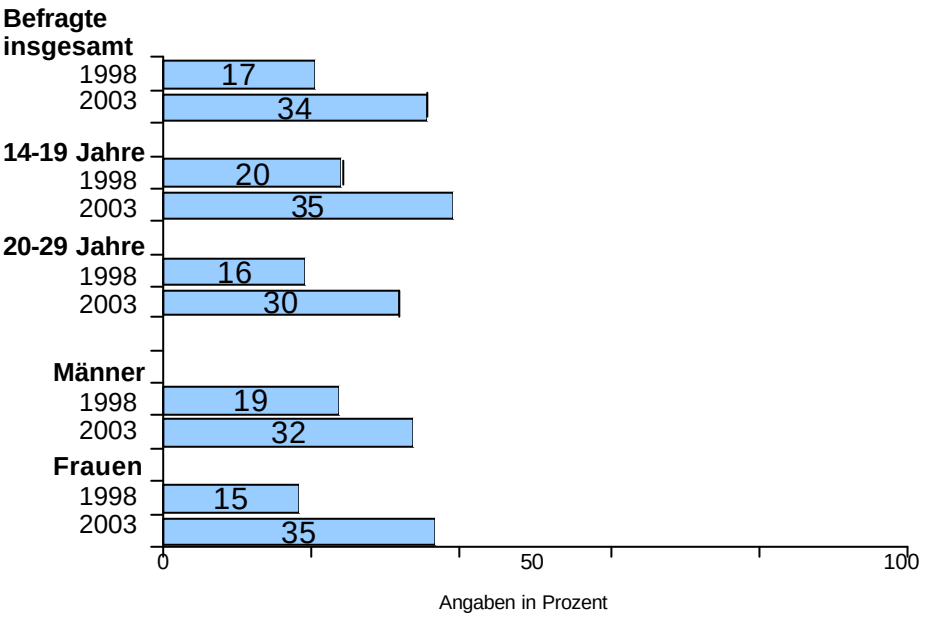
Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Die Absicht in der nächsten Zeit Alcopops zu kaufen steigt sowohl bei den Jugendlichen wie auch den jungen Erwachsenen deutlich an: 1998 beabsichtigten 20 Prozent der 14- bis 19-Jährigen Alcopops zu kaufen; 2003 sind es 35 Prozent. Damit steigt das Käuferpotential in dieser Altersgruppe um 15 Prozentpunkte. Bei den 20- bis 29-Jährigen steigt der Anteil von 16 Prozent (1998) auf 30 Prozent (2003).

Die Unterschiede zwischen den 14-bis 29-Jährigen männlichen und weiblichen Jugendlichen sind gering. Weibliche Jugendliche beabsichtigen etwas häufiger (35%) als männlich Jugendliche (32%) Alcopops in der nächsten Zeit zu kaufen.
Jedoch ist die Kaufabsicht bei weiblichen Jugendlichen stärker angestiegen ist als bei männlichen Jugendlichen: Bei den weiblichen Jugendlichen von 15 Prozent (1998) auf 35 Prozent (2003), bei den gleichaltrigen männlichen Jugendlichen von 19 Prozent 32 Prozent.

KAUFABSICHT 1998 UND 2003
14- BIS 29-JÄHRIGE[1]

Es beabsichtigen in der nächsten Zeit Alcopops zu kaufen:



[1] Basis: alle Befragte

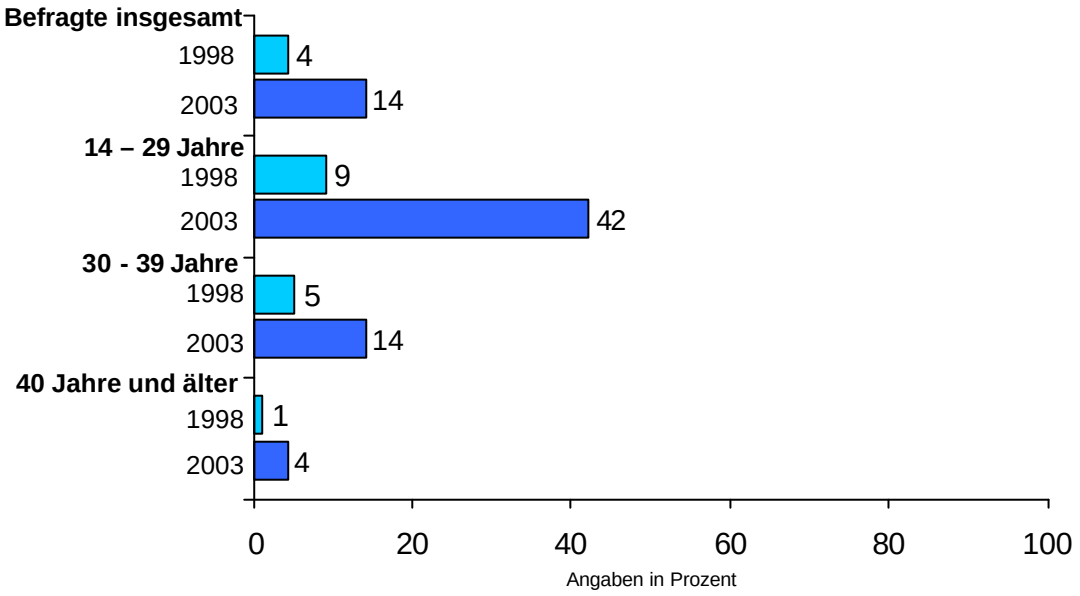
Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Konsum von Alcopops

Der Konsum von Alcopops ist seit der letzten Befragung im Jahre 1998 deutlich angestiegen: Während 1998 4 Prozent der ab 14- jährigen Bevölkerung angaben, Alcopops mindestens einmal im Monat zu trinken, sind es 2003 14 Prozent.
Dieser Anstieg lässt sich in allen Altersgruppen feststellen, besonders stark jedoch bei den 14- bis 29-Jährigen. Tranken 1998 9 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen mindestens einmal im Monat Alcopops, so sind es 2003 42 Prozent.

KONSUMHÄUFIGKEIT VON ALCOPOPS 1998 UND 2003
BEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN

Es trinken Alcopops mindestens einmal im Monat:

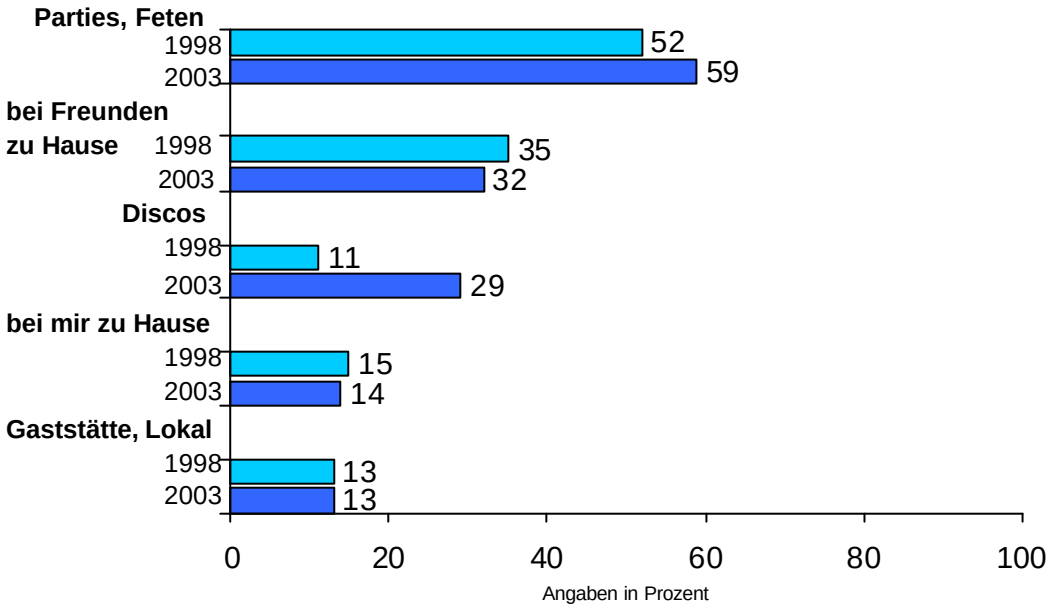


Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Trinkgelegenheiten

Diejenigen, die Alcopops trinken, tun dies zumeist auf Parties oder Feten (2003: 59%; 1998: 52%) oder bei Freunden zu Hause (2003: 32%; 1998: 35%). Der Anteil derjenigen, die Alcopops auf Parties/Feten oder bei Freunden zu Hause trinken, bleibt damit im Vergleich zu 1998 nahezu gleich. Dagegen steigt der Anteil derer, die Alcopops in Discos trinken, von 11 Prozent (1998) auf 29 Prozent (2003).

TRINKGELEGENHEITEN 1998 UND 2003
BEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN [1)]



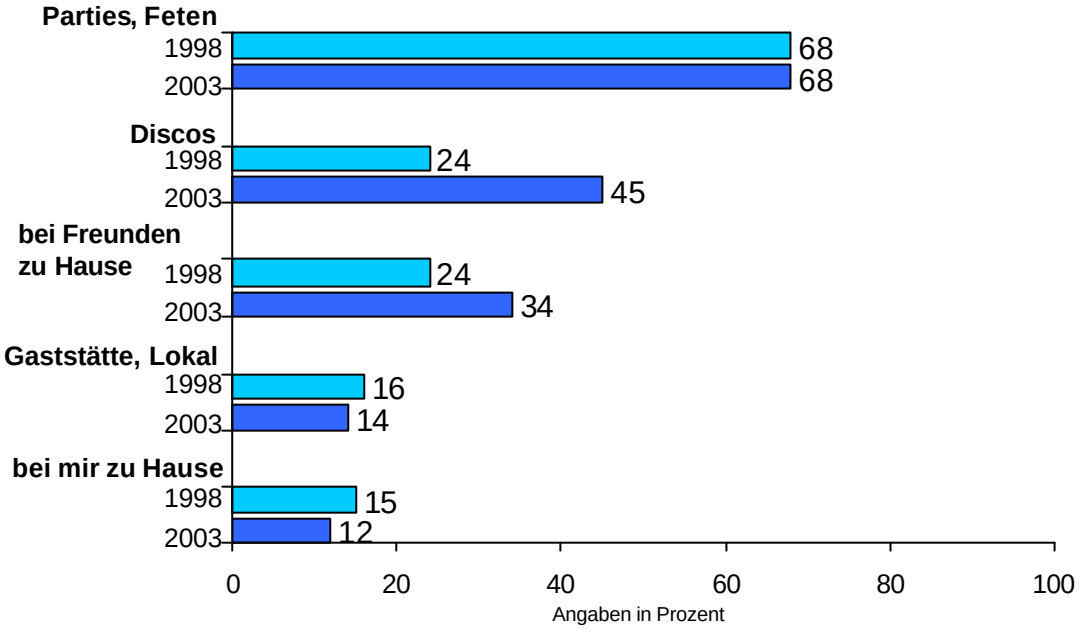
[1)] Basis: Diejenigen, die Alcopops konsumiert haben

Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Dass Alcopops insbesondere dann getrunken werden, wenn man ausgeht, zeigt sich am deutlichsten bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen: 68 Prozent (1998: 68%) der 14- bis 29-Jährigen trinken Alcopops auf Parties oder Feten, 45 Prozent (1998: 24%) in Discos, 34 Prozent (1998: 24%) bei Freunden zu Hause und 14 Prozent (1998: 16%) in der Gaststätte.

Dagegen trinkt nur ein relativ geringer Teil (12%; 1998: 15%) Alcopops zu Hause.

TRINKGELEGENHEITEN 1998 UND 2003
14- bis 29-JÄHRIGE[1)]



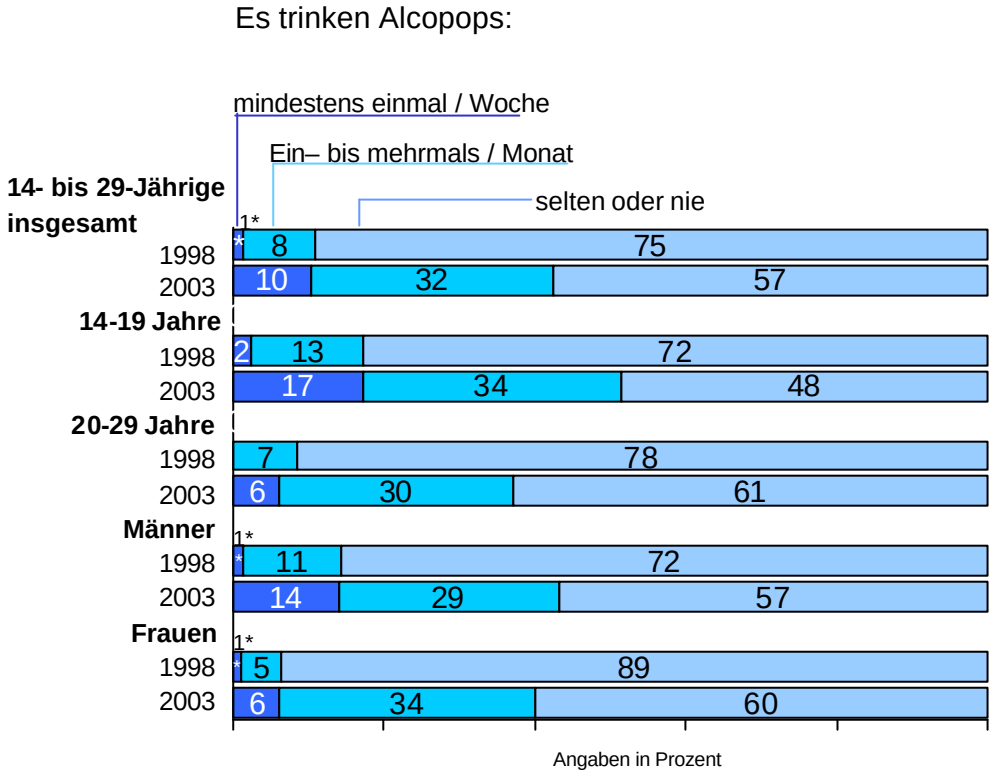
[1)] Basis: Diejenigen, die Alcopops konsumiert haben

Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Alcopops – Konsum der Jugendlichen

Teilt man die 14-bis 29-Jährigen nochmals in zwei Untergruppen auf, so wird deutlich, dass insbesondere die jüngeren Jugendlichen im Alter von 14- bis 19- Jahren deutlich häufiger Alcopops trinken als die 20- bis 29-Jährigen.
Auch gegenüber 1998 zeigt sich bei den Jüngeren eine deutliche Steigerung: Aktuell trinken 17 Prozent der 14- bis 19-Jährigen mindestens einmal pro Woche und 34 Prozent ein- bis mehrmals pro Monat Alcopops. 1998 waren es 2 Prozent bzw. 13 Prozent.

KONSUMHÄUFIGKEIT VON ALCOPOPS NACH ALTER 1998 UND 2003
14 – BIS 29-Jährige

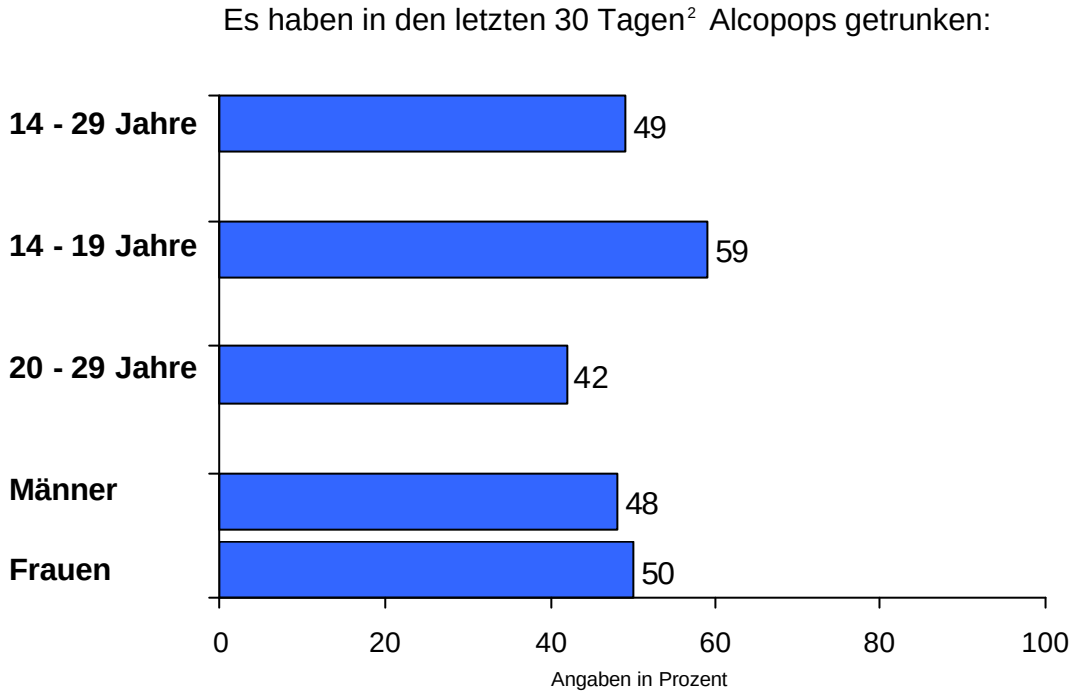


Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Es wurde ein weiterer Konsumindikator verwendet, der den gegenwärtigen Konsum misst und erfragt, ob die Jugendlichen in den letzen 30 Tagen Alcopops getrunken haben *(30-Tages-Prävalenz)*. Von den 14-bis 29-Jährigen haben 49 Prozent in den letzten 30 Tagen Alcopops getrunken. Bei der jüngeren Altersgruppe (14-bis 19-Jährige) sind es 59 Prozent.

Auch hier zeigt sich wieder, dass die Unterschiede zwischen Männern und Frauen gering sind.

KONSUM VON ALCOPOPS IN DEN LETZTEN 30 TAGEN 2003
14- bis 29-JÄHRIGE



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

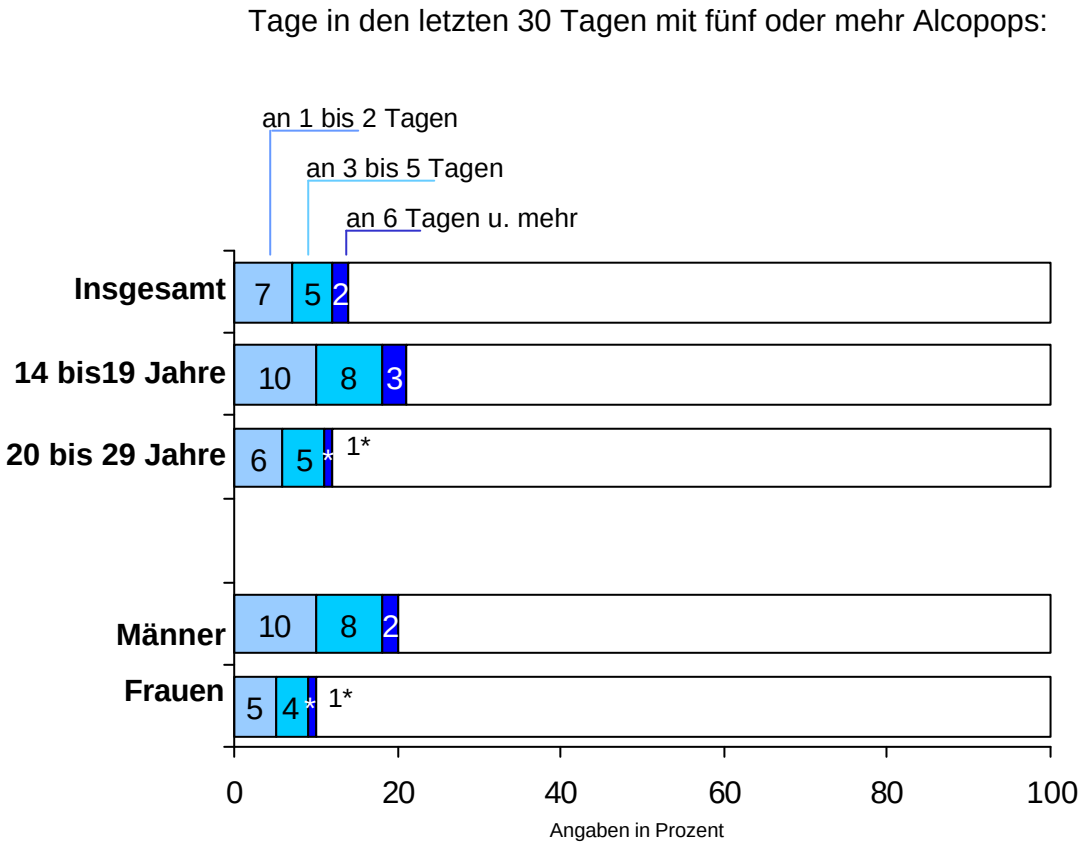
Der *intensive Konsum* wurde untersucht, indem nach der Zahl der Tage in den letzten 30 Tagen gefragt wurde, an denen fünf oder mehr Flaschen Alcopops getrunken wurden. (Ist dies mindestens einmal in den letzten 30 Tage der Fall, bezeichnet man dies als *„binge-drinking“*)

7 Prozent der 14- bis 29-Jährigen haben in den letzten 30 Tagen fünf oder mehr Flaschen Alcopops getrunken; 5 Prozent an drei bis fünf Tagen und 2 Prozent an sechs oder mehr Tagen, was einen Anteil des „binge-drinkings“ von 14 Prozent ausmacht.

Überdurchschnittlich hoch ist der „binge-drinking-Anteil“ bei den 14- bis 19- Jährigen: Er beträgt bei dieser Gruppe 21 Prozent; im Vergleich zu 12 Prozent bei den 20- bis 29-Jährigen.

Bemerkenswert ist, dass männliche Jugendliche intensiver Alcopops trinken als weibliche Jugendliche: Der „binge-drinking-Anteil“ bei den männlichen Jugendlichen liegt mit 20 Prozent doppelt so hoch wie der der weiblichen Jugendlichen.

KONSUMHÄUFIGKEIT VON ALCOPOPS IN DEN LETZTEN 30 TAGEN 2003
14– BIS 29-JÄHRIGE



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

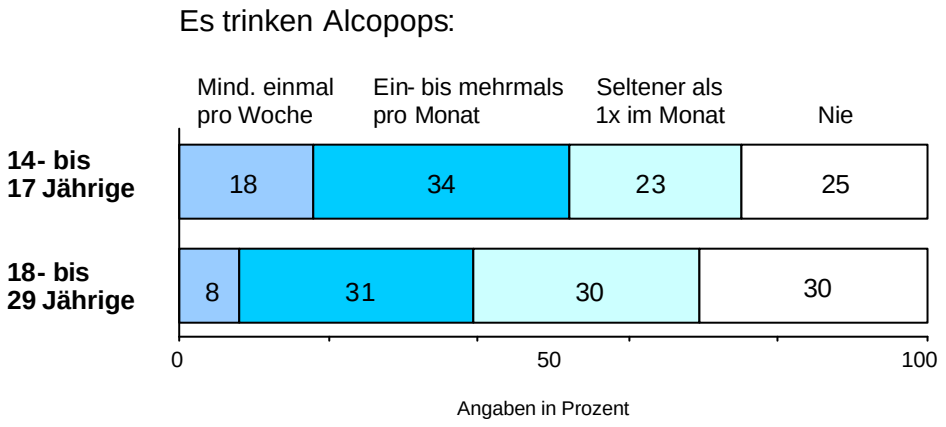
Konsum und Kauf von Alcopops bei 14-bis 17-Jährigen

Da Konsum und Kauf von Alcopops unter das Jugendschutzgesetz fallen, wurden die Daten, trotz der relativ kleinen Anzahl von Befragten (n=105) in dieser Altersgruppe noch einmal für die 14- bis 17-Jährigen ausgewertet:

18 Prozent der 14- bis 17-Jährigen trinken mindestens einmal pro Woche und rund die Hälfte (52%) trinkt mindestens einmal im Monat Alcopops. Nimmt man nun noch diejenigen hinzu, die Alcopops seltener als einmal im Monat trinken, so lässt sich feststellen, das 75 Prozent der 14- bis 17- Jährigen Alcopops konsumieren.

Das bedeutet, dass minderjährige Jugendliche, an die die Abgabe von Alcopops durch das Jugendschutzgesetz verboten ist, häufiger Alcopops trinken als Jugendliche ab 18 Jahren.

KONSUMHÄUFIGKEIT VON ALCOPOPS 2003
14- BIS 29-JÄHRIGE



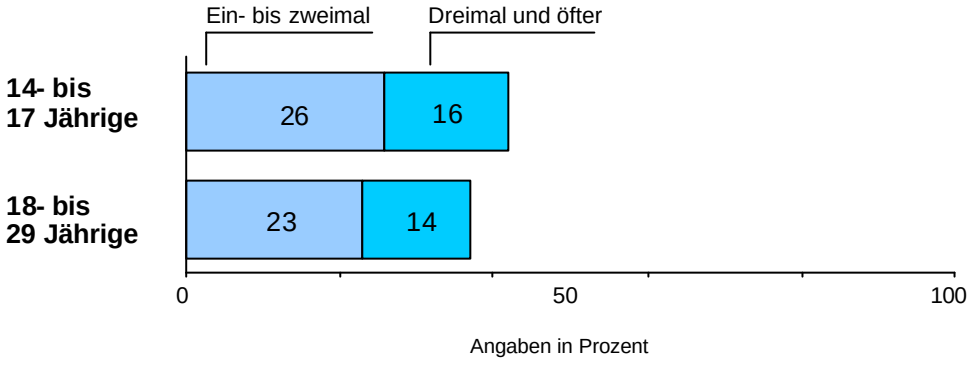
Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

Von den 14- bis 17-Jährigen haben 42 Prozent im letzten Monat Alcopops gekauft: 26 Prozent ein- bis zweimal im Monat und 16 Prozent dreimal und öfter.
Bei den 18- bis 29-Jährigen sind es insgesamt 37 Prozent: 23 Prozent kaufen Alcopops ein- bis zweimal im Monat und 14 Prozent dreimal oder öfter.

Hinsichtlich des Kaufverhaltens lässt sich im Vergleich zum Konsum von Alcopops kein gravierender Unterschied zwischen jüngeren und älteren Jugendlichen feststellen.

KAUF VON ALCOPOPS
14- BIS 29-JÄHRIGE

Es haben im letzten Monat Alcopops gekauft:



Quelle: Repräsentativerhebung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln durch forsa, Berlin, August 2003

www.bist-du-staerker-als-alkohol.de

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung · Telefonberatung (02 21) 89 20 31