

Modul 1 Das muss ich haben! Konsum und Werbung

Baustein: K7

Alkohol und Werbung

Ziel: Sensibilisierung für das Thema „Problematische Werbung/Problematischer Konsum“, hier speziell zu Alkohol

Kurzbeschreibung: Lesen eines Zeitungsartikels; Diskussion und Reflektion zum Thema Alkoholwerbung

Methode: Lesen eines Zeitungsartikels; Diskussion und Reflektion in der Gruppe

Beschreibung:

Schüler lesen den Zeitungsartikel. Das geschieht entweder durch Vorlesen oder durch stille Einzelarbeit. Sie diskutieren anhand des folgenden Fragenkatalogs:

- Was steht in dem Zeitungsartikel? Fassen Sie kurz zusammen.
- Kennen Sie Beispiele für Alkoholwerbung? Wo haben Sie diese gesehen?
- Welchen Inhalt hatte diese Werbung? Was hat sie „versprochen“?
- Warum hat gerade eine Krankenkasse eine solche Studie in Auftrag gegeben?
- Wo, wann, warum wird Alkohol getrunken? Was können negative Folgen von übermäßigem Alkoholkonsum sein? Für wen entstehen negative Folgen?
- Sollte Alkoholwerbung verboten oder eingeschränkt werden? Wenn Einschränkung: Welche Einschränkungen halten Sie für sinnvoll?
- Wie finden Sie es, dass in Europa nicht mehr für Zigaretten geworben werden darf?
- Sollten Lebensmittel auf der Verpackung deutliche Angaben über den Zucker- und Fettgehalt haben? Diskutieren Sie die Vor- und Nachteile.
- In New York ist seit Sommer 2012 der Verkauf von zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken wie Coca Cola, Fanta, Sprite in Bechern mit einem Fassungsvermögen von mehr als ½ Liter verboten worden. Warum gibt es dieses Verbot? Diskutieren Sie Vor- und Nachteile und vertreten Sie eine Meinung.

Alternativ können die Fragen auch schriftlich in Kleingruppen bearbeitet und dann im Plenum präsentiert und diskutiert werden. Es empfiehlt sich dann eine Aufteilung der Fragen an die einzelnen Kleingruppen.

Werbung erhöht Alkoholkonsum

Studie unter Jugendlichen

BERLIN. Werbung für Wodka, Tequila und andere alkoholische Getränke kann Teenager zu Saufgelagen verführen. Denn junge Leute trinken nach einer Studie für die Krankenkasse DAK mehr Alkohol, wenn sie regelmäßig TV-Spots oder Plakate für Bier oder Schnaps sehen. Nach der Untersuchung griffen mehr als 80 Prozent der befragten Jungen und Mädchen, die keine Alkoholwerbung sahen, weder zur Bier- noch zur Schnapsflasche, teilte die Kasse gestern in Berlin mit. Dagegen hatten mehr als 90 Prozent der Jugendlichen, die mehrere Werbespots häufiger als zehn Mal wahrnahmen, bereits Alkohol getrunken. Die Kasse forderte nach diesem Ergebnis eine Einschränkung der Alkoholwerbung.

Für die Studie, die das Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung in Kiel betreute, wurden 3 415 Jungen und Mädchen zwischen zehn und 17 Jahren befragt. Das Ergebnis sei höchst besorgniserregend, zumal heute so gut wie kein Jugendlicher an alkoholbezogener Werbung vorbeikomme, sagte Cornelius Erbe von der DAK. „Aus unserer Sicht muss Werbung für Alkohol eingeschränkt werden. Sofern die Alkoholindustrie diese Einschränkungen nicht selbst verlässlich vornimmt, müssen von der Politik Rahmenbedingungen hierfür geschaffen werden.“ (dpa)

Quelle: Berliner Zeitung vom 10.06.2009