



Rohstoff

6. Juli 2017

Alkohol-Testkäufe: Ergebnisse 2016 im Detail

Der Alkoholverkauf untersteht Einschränkungen, die sich aus dem Jugendschutz ableiten. Der Verkauf von Bier und Wein an unter 16-Jährige sowie von Spirituosen an unter 18-Jährige ist verboten. In der Praxis wird dieses Verbot häufig umgangen. Testkäufe sind ein wirksames und kostengünstiges Instrument, um die Verkaufspraxis vor Ort zu testen, die involvierten Akteure zu sensibilisieren und die Einhaltung der gesetzlichen Einschränkungen zu verbessern.

Die Testkäufe dienen vor allem der Sensibilisierung. Das Aufdecken von Verkäufen an Minderjährige ist Anlass für einen Dialog und eine bessere Schulung des Verkaufspersonals. Viele öffentliche und private Institutionen, von den Verteilern über die Präventions- und Jugendschutzstellen bis zur Arbeitsinspektion, führen Testkäufe durch.

Seit 2000 gibt die Eidgenössische Alkoholverwaltung (EAV) jedes Jahr eine gesamtschweizerische Statistik der dezentral erfolgten Testkäufe heraus. Seither wurden 52 700 Alkohol-Testkäufe in der Schweiz durchgeführt.

Definition und Verfahren

Testkäufe sind Käufe, bei denen Jugendliche im Auftrag von privaten oder öffentlichen Institutionen versuchen, alkoholische Getränke zu erwerben, die ihnen aufgrund der gesetzlich vorgeschriebenen Altersgrenzen gar nicht verkauft werden dürfen.

Bei einem Testkauf begeben sich Jugendliche, die das gesetzliche Mindestalter noch nicht erreicht haben, in Begleitung einer erwachsenen Person an einer Verkaufsstelle. Die unter 16- oder 18-jährigen Testpersonen sollen ihr Alter nicht durch Kleidung oder Make-up vertuschen. Sie sollen bei Fragen nach ihrem Alter wahrheitsgetreu antworten und auf Wunsch den Ausweis zeigen. Werden ihnen keine alkoholischen Getränke verkauft, müssen sie die Verkaufsstelle verlassen und dürfen beim Ladenpersonal nicht insistieren. Ist ihr Kaufversuch erfolgreich, müssen sie die erworbenen Alkoholika sofort der Begleitperson aushändigen. Der Auftraggeber des Testkaufs informiert danach (persönlich unmittelbar nach dem Testkauf oder per Post) die Verantwortlichen der Verkaufsstelle über das Testergebnis und fordert sie auf, das Personal für den Jugendschutz zu sensibilisieren und ihm die gesetzlichen Vorschriften in Erinnerung zu rufen.

Da eine entsprechende Rechtsgrundlage fehlt, dürfen Testkaufergebnisse im Rahmen von

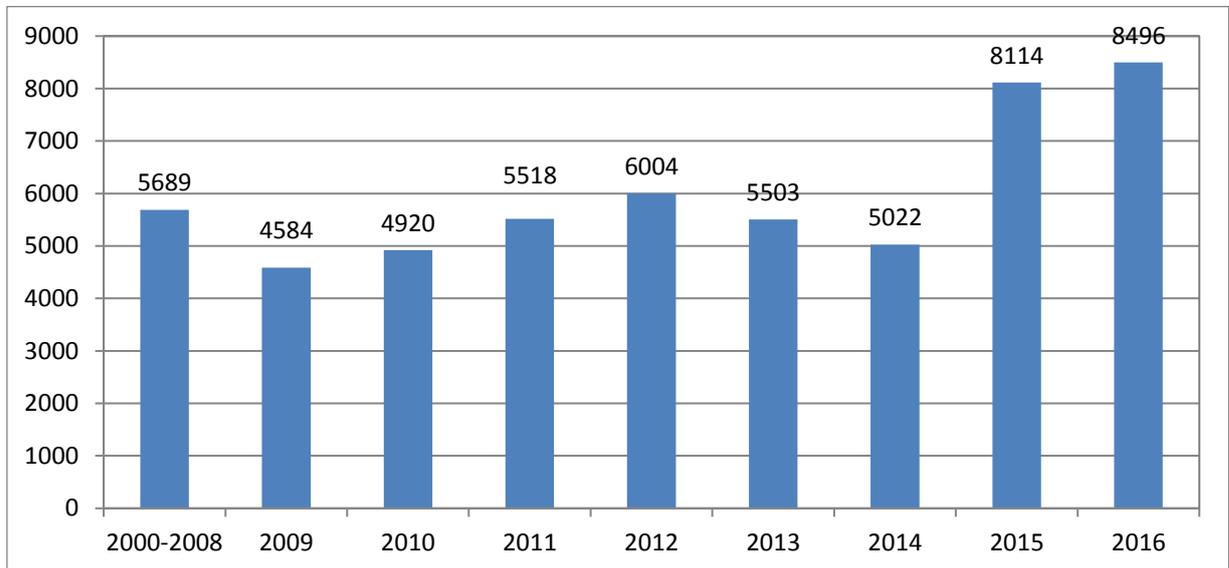
Rohstoff

Strafverfahren nicht als Beweismittel verwertet werden und haben somit keine Bussen zur Folge. Verwaltungsmassnahmen (wie ein Patentenzug) sind jedoch möglich. Auf lokaler Ebene kann ausnahmsweise die Polizei von den Behörden für die Durchführung der Testkäufe beauftragt werden. In diesem Fall können die Ergebnisse als Beweismittel in einem Strafverfahren verwendet werden.

Bemerkungen zur Auswertung der Ergebnisse

Mit der Auswertung der Ergebnisse der Alkohol-Testkäufe werden zwei Ziele verfolgt: Zum einen sollen die in der Schweiz durchgeführten Alkohol-Testkäufe (Grafiken 1 bis 4) beschrieben werden. Zum anderen sollen unter Einbezug mehrerer Variablen (Grafik 5) die Risikofaktoren ermittelt werden. Die Ergebnisse von 2016 bestätigen jene vom Vorjahr: Die Faktoren, welche die Verkaufswahrscheinlichkeit am meisten beeinflussen, sind das Alter der Testkäufer und der Verkaufsstellentyp. Das Risiko ist somit höher in Kontexten wie Bars und temporären Verkaufsstellen, und je älter die Testkäufer sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie illegal Alkohol kaufen können.

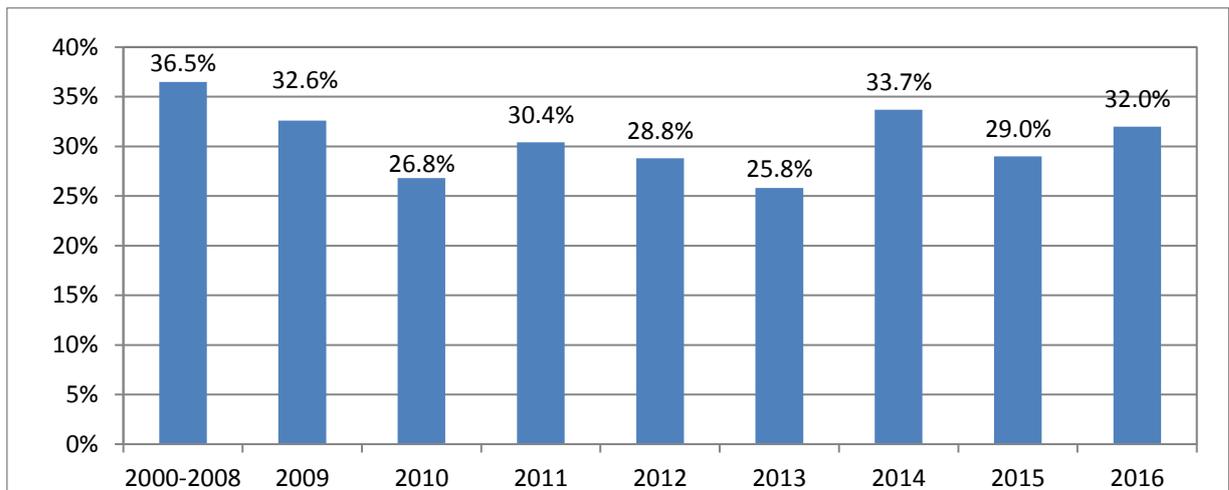
Grafik 1: Anzahl Alkohol-Testkäufe seit 2000



2016 wurden 8496 Testkäufe durchgeführt, das sind 385 (+4,7%) mehr als im Vorjahr. Im Vergleich zu den Vorjahren (bis 2014) ist ein starker Zuwachs feststellbar, der aber vorab methodisch bedingt ist (Berücksichtigung neuer Daten) und keine entsprechende Zunahme der Anzahl Testkäufe in diesem Ausmass widerspiegelt.

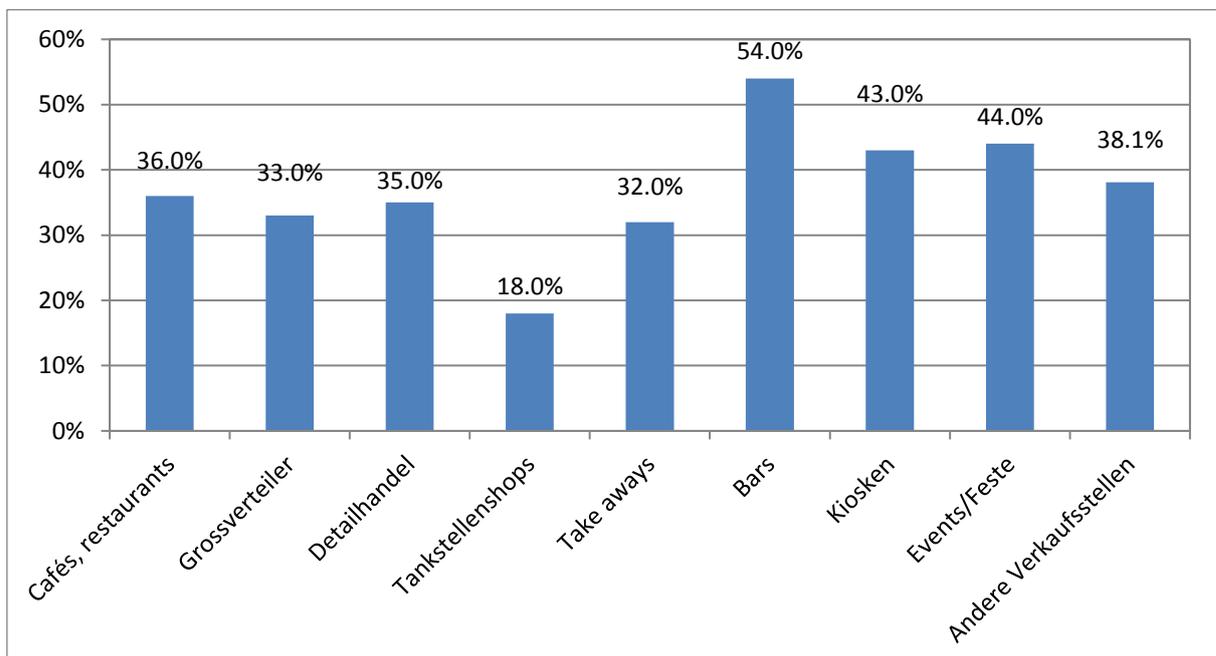
Rohstoff

Grafik 2: Gesamtschweizerischer Durchschnitt der Alkoholverkäufe an Minderjährige (in %)



Im gesamtschweizerischen Durchschnitt ist die Alkohol-Verkaufsrate an Minderjährige von 2015 (29%) bis 2016 (32%) um 3 Prozent gestiegen. Diese Schwankung ist namentlich auf die unterschiedlichen Charakteristika der Testkäufe gegenüber 2015 zurückzuführen. Ein hoher Anteil Testkäufe wurde unter Bedingungen, die traditionell den Verkauf begünstigen, durchgeführt. Zum Beispiel wurde ein höherer Anteil an Testkäufen in temporären Verkaufsstellen durchgeführt (Events/Feste, siehe Grafik 3).

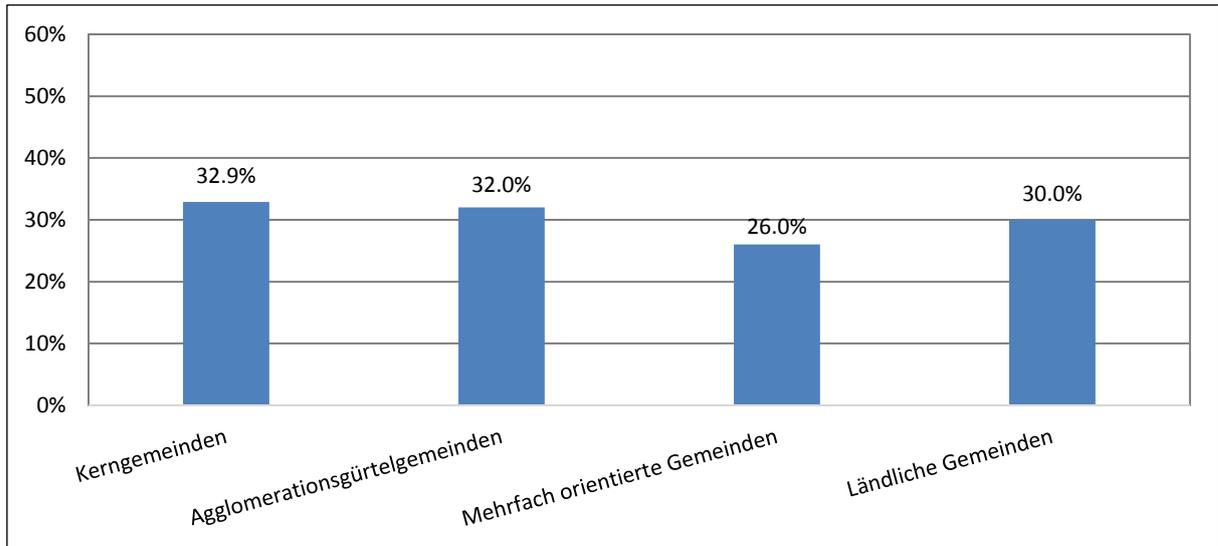
Grafik 3: Alkohol-Verkaufsrate an Minderjährige nach Verkaufsort (in %)



Die höchsten Verkaufsraten an Minderjährige verzeichnen die Verkaufsorte Bar (54%) und Events/Feste (44%) gegenüber 2015 52,1% bzw. 45,4%. Die tiefste Verkaufsrate weisen wiederum die Tankstellenshops auf (2016: 18% und 2015: 18,8%). Allgemein ist eine leichte Zunahme der Alkohol-Verkaufsrate an Minderjährige insbesondere in den Cafés/Restaurants (36% gegenüber 27% 2015), bei Grossverteilern (33% gegenüber 27,2% 2015), Kiosken (43% gegenüber 35% 2015) und Take aways (32% gegenüber 27,2% 2015) festzustellen.

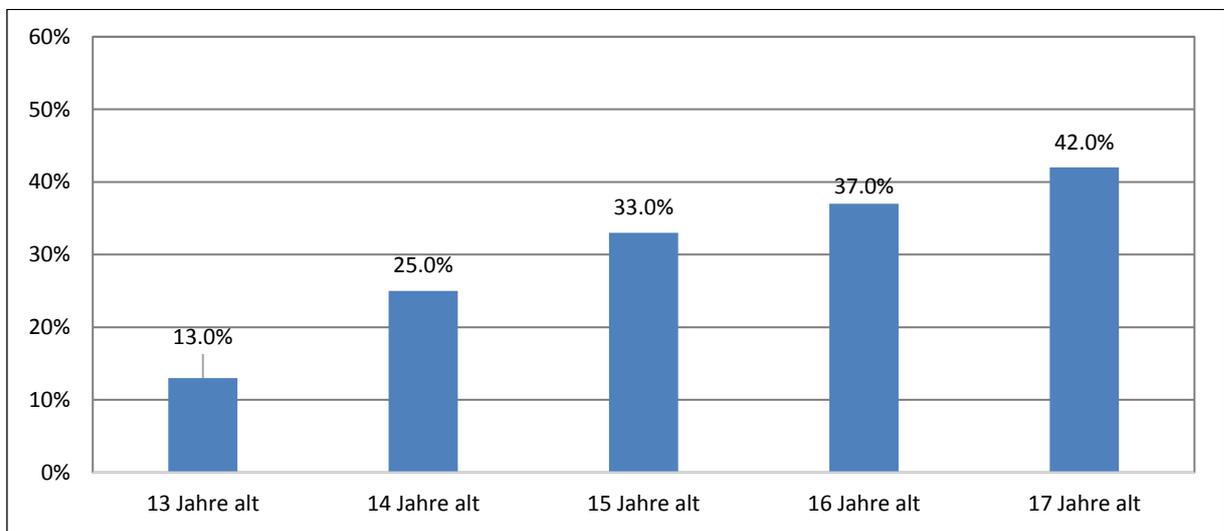
Rohstoff

Grafik 4: Alkohol-Verkaufsrate an Minderjährige nach Gemeindetyp (in %)



Der unerlaubte Alkoholverkauf an Minderjährige schwankt je nach Gemeindetyp (Gemeindetypologie des Bundesamts für Statistik). Im Gegensatz zu 2015 liegt die tiefste Verkaufsrate in den mehrfach orientierten Gemeinden (26% gegenüber 34,7% 2015). Kerngemeinden (32,9%) und Agglomerationsgürtelgemeinden (32%) verzeichnen leicht überdurchschnittliche bzw. durchschnittliche Verkaufsraten an Minderjährige. Die Mehrheit der Testkäufe wurde in diesen Gemeindetypen durchgeführt.

Grafik 5: Alkohol-Verkaufsrate nach Alter für Gruppen von Testkäufern (in %)



Die Alkohol-Verkaufsrate folgt kohärent der Alterskurve. Ältere Testkäufer bekommen generell wahrscheinlicher Alkohol als jüngere, vor allem Gruppen erhöhen die Wahrscheinlichkeit. Gruppen von 13-Jährigen bekommen Alkohol bei einem Testkauf nur in rund einem Siebtel der Fälle (13,3%); Gruppen von 17-Jährigen rund dreimal häufiger (42%).