



Lausanne, 30. August 2019
Forschungsbericht Nr. 99

Umsetzung des Abgabeverbots von Alkohol an Minderjährige: Eher eine gesellschaftliche Herausforderung als ein reales Problem für das Verkaufs- und Servicepersonal

Stephanie Stucki und Thierry Mathieu

Dieses Projekt wurde finanziert von der Eidgenössischen Zollverwaltung (EZV), Abteilung Alkohol und Tabak, Sektion Alkoholmarkt und Werbung

Dank

Unser Dank gilt insbesondere allen Personen, die bereit waren, uns breitwillig über ihren Arbeitsalltag Auskunft zu geben. Wir danken auch Nessim Ben Salah (Eidgenössischen Zollverwaltung (EZV), Abteilung Alkohol und Tabak, Sektion Alkoholmarkt und Werbung) und Hervé Kuendig (Sucht Schweiz) für die Steuerung der Studie und ihre Kommentare zu diesem Bericht. Auch bei Matthias Wicki und Silvia Steiner von Sucht Schweiz bedanken wir uns für die hilfreichen Kommentare. Zudem danken wir Christiane Gmel für die Gestaltung dieses Berichts und Eva Schneider für die Unterstützung bei der Facebook-Befragung. Und in der Erhebungsphase erhielt das Projekt tatkräftige Unterstützung von Federico Ebner für die italienischsprachigen Gespräche.

Impressum

Auskunft:	Stephanie Stucki, Tel. ++41 (0)21 321 29 94, E-Mail sstucki@suchtschweiz.ch
Bearbeitung:	Stephanie Stucki, Thierry Mathieu, Hervé Kuendig, Christiane Gmel
Vertrieb:	Sucht Schweiz, Forschung, Postfach 870, 1001 Lausanne Tel. ++41 (0)21 321 29 46, Fax ++41 (0)21 321 29 40 cgmel@addictionsuisse.ch
Bestellnummer:	Forschungsbericht Nr. 99
Grafik/Layout:	Sucht Schweiz
Copyright:	© Sucht Schweiz Lausanne 2019
ISBN:	978-2-88183-235-2
Zitierhinweis:	Stucki Stephanie, Mathieu Thierry (2019). Umsetzung des Abgabeverbots von Alkohol an Minderjährige: Eher eine gesellschaftliche Herausforderung als ein reales Problem für das Verkaufs- und Servicepersonal. Sucht Schweiz, Lausanne, Schweiz.



Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	4
Zusammenfassung.....	5
Résumé	8
1 Ausgangslage	11
2 Methode.....	12
2.1 Auswahl der Stichprobe	12
2.2 Befragung	12
2.3 Datenanalyse	13
3 Beschreibung Stichprobe und Kontextfaktoren	14
3.1 Übersicht der Stichprobe	14
3.2 Übersicht der durchgeführten Interviews.....	14
3.3 Beschreibung der Kontextfaktoren	15
4 Ergebnisse der Befragung zur Abgabe von Alkohol an Minderjährige.....	17
4.1 Kenntnis und Information über Gesetzeslage	17
4.1.1 Mindestabgabearter	17
4.1.2 Information am Arbeitsplatz über die gesetzlichen Grundlagen	18
4.2 Kontrollen im Alltag	19
4.2.1 Persönliche Ebene: Hindernisse und fördernde Faktoren.....	19
4.2.2 Soziale Ebene: Positive und negative Reaktionen der Kundschaft.....	21
4.2.3 Arbeitsumstände: Positive und negative Faktoren	22
4.3 Konsequenzen bei Nichteinhaltung der gesetzlichen Vorgaben	24
4.4 Persönliche Einstellung gegenüber den Gesetzen	25
4.5 Alkoholttestkäufe	27
5 Referenzen	29
6 Anhang	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Übersicht der Stichprobe	14
Tabelle 2	Übersicht der durchgeführten Interviews.....	15



Zusammenfassung

Die Studie zielte darauf ab, anhand von 30 halb-strukturierten Interviews schweizweit die Erfahrungen und die Wahrnehmung des Verkaufs- und Servicepersonals zum Mindestabgabesalter von Alkohol zu erfassen. Im Fokus stand, inwiefern die Gesetzte zur Abgabe von Alkohol an Minderjährige implementiert werden und welche Faktoren diese Implementierung erschweren (Hindernisse) oder fördern (Erfolgsfaktoren).

In den folgenden Abschnitten werden basierend auf den wichtigsten Ergebnissen Empfehlungen aus Präventionssicht abgegeben.

❖ Systematisch informieren und schulen

Die Abgabe von Informationen und Schulungen sind wichtig, um die Kenntnisse der Angestellten zu verbessern und somit den Jugendschutz zu fördern. Die vorliegende Befragung hat gezeigt, dass das Verkaufs- und Servicepersonal in der Regel schriftlich oder mündlich informiert oder geschult wird.

In der Befragung blieb unklar, wie nachhaltig die Weitergabe von Informationen zum Mindestabgabesalter ist (Unsicherheiten bezüglich gewisser Getränkearten; Konsequenzen des Alkoholkonsums werden negiert oder verharmlost). Gleichzeitig ist insbesondere der Bereich der Gastronomie durch eine relativ hohe Fluktuation des Personals gekennzeichnet. Um die Einhaltung des Mindestabgabesalters sicherzustellen, sind **systematische und standardisierte Schulungen und Informationen** nötig (z. B. Flyer, Informationsbroschüren, Plakate). Sie können auch dazu beitragen, dass Hemmschwellen bei der Ausweiskontrolle abgebaut und Handlungsoptionen im Umgang mit schwierigen Kundinnen und Kunden erlernt werden. Diese Informationen und Schulungen können durch Fachpersonen oder online verbreitet werden (z. B. Lernen in interaktiven Spielen). Bestehende Angebote sollten verbreitet und ausgebaut werden (z. B. www.jalk.ch/kantone/). Ferner entstand auch der Eindruck, dass betriebsintern oft nicht klar geregelt ist, mit welchen Konsequenzen die Angestellten zu rechnen haben, sollten sie Alkohol an Minderjährige abgeben. Es sollte angestrebt werden, dass solche Regelungen **betriebsintern klar kommuniziert** werden und auch schriftlich festgehalten werden (z. B. als Teil des Personalreglements). Ergänzend dazu sollte ein **Leitfaden im Falle von Verstössen** erarbeitet werden, der online oder im Rahmen von Schulungen zur Verfügung gestellt wird, so dass Betriebe einen Rahmen für betriebsinterne Regelungen haben.

❖ Ausweiskontrollen stärker in Arbeitsalltag integrieren und freiwilliges Vorweisen von Ausweisen fördern

Ausweiskontrollen sind das einzige zuverlässige Mittel, um das Alter von jungen Personen festzustellen. Nur systematische Kontrollen seitens des Verkaufs- und Servicepersonals können den Jugendschutz garantieren. Die Befragten verlangten im Zweifelsfall nach dem Ausweis, auch wenn Hindernisse wie Stress oder das Aussehen von der Kundschaft offenbar dazu führen können, dass solche Kontrollen nicht immer systematisch durchgeführt werden. Auch fanden sie solche Kontrollen durchaus sinnvoll.

Im Rahmen von Informationen und Schulungen sollte die Wichtigkeit solcher Kontrollen ans Service- und Verkaufspersonal vermittelt werden. Ausschliesslich **offizielle Dokumente** sollten für die Alterskontrollen akzeptiert werden. Die Akzeptanz ausschliesslich offizieller Dokumente sollte der Kundschaft auf Plakaten kommuniziert werden. **Technische Unterstützung** (Kassen, Kontrollgeräte) erleichtert die Kontrollen (Van Hoof, 2017). Sie könnte, wo möglich, noch ausgebaut werden (z. B. Kassen in Bars aufrüsten). Auf **eine**

einfache Handhabung solch technischer Unterstützung sollte geachtet werden (z. B. Kassen so programmieren, dass die Angestellten das Alter nicht selber berechnen müssen). Andere Hilfsmittel, wie die Verwendung von **Bändern** unterschiedlicher Farbe für die Alterskategorien und **Eingangskontrollen** bei grossen Anlässen oder in Bars, sollten gefördert werden. Darüber hinaus sollten die **Vorgesetzten sensibilisiert** werden, dass die Angestellten manchmal mit schwierigen Situationen während einer Alterskontrolle konfrontiert sein können. Die Angestellten sollten sich darauf verlassen können, dass sie in solchen Situationen durch die Vorgesetzten unterstützt werden. Ausserdem könnte darauf hingearbeitet werden, dass junge Personen bis zu einem bestimmten Alter (z. B. 25 Jahre) **freiwillig ihre Ausweise vorweisen**. In Finnland wird beispielsweise das Vorweisen von Ausweisen bis in ein Alter von 30 Jahren gefördert (olekoutsu.fi/). Dies würde die Verantwortung des Verkaufs- und Servicepersonal etwas vermindern und möglicherweise zu einer zusätzlichen Sensibilisierung junger Personen führen.

❖ **Starker Jugendschutz und Sensibilisierungskampagne zur Weitergabe von Alkohol durch Dritte**

Die Preispolitik ist erwiesenermassen ein wirksames präventives Mittel, um den Alkoholkonsum zu beeinflussen (World Health Organization (WHO), 2018; Wright et al., 2017). In der Schweiz ist Alkohol jedoch fast überall zu günstigen Preisen erhältlich. In Anbetracht der Tatsache, dass Minderjährige teilweise über beschränkte finanzielle Mittel verfügen, insbesondere, wenn sie noch zur Schule gehen, sollten für einen umfassenden Jugendschutz präventive strukturelle Massnahmen (z. B. kohärente Preispolitik u. A. mit Rabattverbot/-einschränkung, Kontrolle des Preises über Steuern) gefördert werden.

In Bezug auf die Weitergabe von Alkohol durch Dritte, waren viele Befragte der vorliegenden Studie überzeugt, dass Minderjährige problemlos an Alkohol kommen, sei es selber oder über Dritte (Freunde und Freundinnen, Geschwister). Sie fühlten sich diesbezüglich oft machtlos. Und es scheint genügend Verkaufsorte bzw. Personen zu geben, welche eher nachlässig im Umgang mit den gesetzlichen Vorgaben sind. Konkrete Massnahmen in Bezug auf die Weitergabe von Alkohol durch Dritte sind dagegen nicht leicht umsetzbar, auch wenn vom Gesetz her die Weitergabe von Alkohol durch Dritte geregelt ist. Das Thema könnte in **Schulungsmaterialien** aufgenommen werden. So könnten klassische Reaktionen seitens des Service- und Verkaufspersonals aufgezeigt und eingeübt werden, wenn Alkohol durch Dritte weitergegeben wird. Zur Sensibilisierung der Bevölkerung könnte eine **Kampagne** durchgeführt werden, die auf die Problematik im Zusammenhang mit der Abgabe von Alkohol durch Dritte hinweist.



❖ Mindestabgabalter vereinheitlichen

Verschiedene Abgabalter und die Vielfalt alkoholischer Getränke, die im Angebot sind, erschweren die Kontrolle des Mindestabgabalters. Befragte, die bereits heute mit einem einheitliches Abgabalter von 18 Jahren für alle alkoholischen Getränke (Detailhandel, Kanton Tessin) konfrontiert sind, schätzten die Vereinfachung der Kontrollen. Spontan sprachen sich mehrere Befragte für eine Angleichung (gegen oben) bzw. Erhöhung des Mindestabgabalters über 18 Jahre hinaus aus.

Erleichterte Kontrollen durch ein einheitliches Abgabalter wurden bspw. auch in den Niederlanden dokumentiert (Schelleman-Offermans et al., 2017). Und auf europäischen Niveau gibt es eine Tendenz zur Angleichung der Alterslimiten, die Mehrheit der Länder erlaubt die Abgabe von Alkohol ab 18 Jahren (European Commission, 2013; World Health Organization (WHO), 2012). Gemäss repräsentativen Umfragen stimmen drei Viertel der Schweizer Bevölkerung einer generellen Altersbeschränkung für den Kauf alkoholischer Getränke bei 18 Jahren zu, während etwa derselbe Anteil einer generellen Herabsetzung des Mindestalters auf 16 Jahre ablehnend gegenübersteht (Marmet & Gmel, 2014). Daher sollte ein **einheitliches Mindestabgabalter** für alle alkoholischen Getränke geprüft werden. Dazu müssten verschieden Aspekte wie der Einfluss auf die Gesundheit der Minderjährigen, Vorteile bei der Alterskontrolle, Verschiebung des Konsums in den privaten Bereich etc. gegeneinander abgewogen werden. Ferner sollten Betriebe, die **freiwillig das Mindestabgabalter erhöhen** möchten, in ihren Bemühungen unterstützt werden. Es könnten u. A. **Hinweisschilder** erarbeitet werden, welche auf das einheitliche Mindestabgabalter hinweisen, vergleichbar bestehender Plakate. Die Erstellung transversaler Plakate (z. B. für Alkohol, Tabak und Geldspiel) wäre zu überlegen.

❖ Alkoholtestkäufe gesamtschweizerisch ausbauen

Alkoholtestkäufe dienen vor allem der Sensibilisierung und sollen den Dialog und die Schulung des Verkaufspersonals fördern. Alkoholtestkäufe waren unter den Befragten mehrheitlich bekannt und wurden als Mittel zur Überprüfung der gesetzlichen Vorgaben als sinnvoll erachtet. Bei rund 30% der Befragten wurden bereits Alkoholtestkäufe durchgeführt.

Alkoholtestkäufe sollten gesamtschweizerisch noch stärker verankert und die **Implementierung auf kantonaler Ebene** sollte unterstützt werden. Es kann angenommen werden, dass sie besser akzeptiert werden, wenn ein solches Vorgehen bekannt ist und es eine bestimmte Anzahl trifft (und nicht nur ganz wenige, die sich dann ungerecht behandelt fühlen). Da Minderjährige in der Regel noch über beschränkte finanzielle Mittel verfügen, wäre ein Fokus auf Verkaufsorte, die relativ billig Alkohol anbieten, wünschenswert. Angesichts stagnierender fehlbarer Betriebe sollten Überlegungen dazu angestellt werden, wie auf kantonaler Ebene die **Wirksamkeit** von Alkoholtestkäufen erhöht werden kann.

Abschliessend kann festgehalten werden, dass die Mehrheit der Befragten grossen Willen zeigte, geltendes Recht umzusetzen und damit den Jugendschutz zu fördern. Die rechtlichen Grundlagen sind vorhanden, sie müssen aber auch konsequent angewandt werden. Es wäre wünschenswert, wenn bestehende Hemmschwellen abgebaut werden könnten. Dafür braucht es Initiativen auf nationaler und kantonaler Ebene und die Mitarbeit von Fachleuten.

Résumé

L'enquête visait à déterminer, au moyen de 30 entretiens semi-structurés réalisés dans toute la Suisse, les expériences et la perception du personnel de vente et de service en matière d'application de l'âge légal minimum pour la remise d'alcool. Il s'agissait avant tout d'établir dans quelle mesure les dispositions légales relatives à la vente d'alcool aux mineurs sont respectées et de définir les facteurs qui rendent l'exécution plus facile (facteurs facilitateurs) ou, au contraire, plus difficile (obstacles).

Dans les paragraphes qui suivent, nous formulons des recommandations à visée préventive basées sur les principaux résultats de l'enquête.

❖ Assurer des informations et des formations de façon systématique

La remise d'informations et la formation jouent un rôle important pour améliorer les connaissances du personnel de vente et de service et, en conséquence, renforcer la protection de la jeunesse. L'enquête a montré que, en règle générale, le savoir nécessaire était transmis aux employé-e-s par écrit ou oralement.

L'enquête n'a pas montré clairement dans quelle mesure la transmission d'informations en relation avec l'âge légal minimum a un effet durable (hésitations concernant certains types de boissons ; négation ou minimisation des conséquences de la consommation d'alcool). Il faut cependant préciser que le taux de renouvellement du personnel est relativement élevé dans le secteur de la restauration. Pour garantir le respect de l'âge légal minimum pour la remise de boissons alcooliques, **des formations et des informations systématiques et standardisées** sont indispensables (prospectus, brochures d'information, affiches, etc.). Ces mesures peuvent également aider le personnel à surmonter leurs réticences par rapport aux contrôles d'identité et lui montrer des pistes pour gérer les client-e-s difficiles. Ces informations et formations peuvent être données par des professionnel-le-s ou proposées en ligne (apprentissage dans le cadre de jeux interactifs, p. ex.). Il convient par conséquent de développer et faire connaître les offres existantes dans ce domaine (p. ex. www.jalk.ch/fr/cantons/). Par ailleurs, il ressort de l'enquête l'impression que les conséquences auxquelles les employé-e-s s'exposent en cas de remise d'alcool à des mineurs ne sont pas clairement réglementées sur le plan interne. Les règles en vigueur devraient être **communiqués clairement au sein des établissements**, également sous forme écrite (p.ex. chapitre du règlement du personnel). En complément, il faudrait élaborer un **guide de procédure en cas de violation des règles** qui serait mis à disposition en ligne ou lors de formations pour que les établissements aient un document de référence pour élaborer leurs réglementations internes.

❖ Mieux intégrer les contrôles d'identité dans le quotidien professionnel et encourager la présentation spontanée d'une pièce d'identité

Les contrôles d'identité sont le seul moyen fiable de vérifier l'âge des jeunes client-e-s. La protection des jeunes ne peut être garantie que grâce à des contrôles systématiques effectués par le personnel de vente et de service. Les personnes interrogées ont déclaré demander une pièce d'identité lorsqu'elles avaient des doutes, même si certains obstacles comme le stress ou l'apparence de la clientèle peuvent avoir pour conséquence que ces contrôles ne sont pas toujours réalisés de façon systématique. Les employé-e-s trouvaient par ailleurs ces contrôles tout à fait judicieux.

Lors des formations et informations, il faudrait attirer l'attention du personnel de vente et de service sur l'importance des contrôles. Seuls des **documents officiels** devraient être acceptés pour vérifier l'âge des



acheteurs-euses. Cette condition devrait être communiquée à la clientèle au moyen d'affiches. **Des dispositifs techniques** (caisses, appareils de contrôle) facilitent les contrôles (Van Hoof, 2017). Ceux-ci devraient être étendus autant que possible (p. ex. équiper les caisses dans les bars) pour autant qu'ils soient **faciles à utiliser** (p. ex. programmer les caisses de manière à ce que les employé-e-s ne doivent pas calculer l'âge eux-mêmes). D'autres moyens, comme l'emploi de **bracelets** de différentes couleurs pour les diverses catégories d'âge et des **contrôles à l'entrée** lors de grandes manifestations ou dans les bars, devraient être encouragés. En outre, il faudrait **sensibiliser les cadres** au fait que les employé-e-s peuvent parfois être confronté-e-s à des situations difficiles lors des contrôles. Le personnel devrait avoir l'assurance de pouvoir compter sur le soutien de ses supérieurs hiérarchiques dans ce genre de cas. Par ailleurs, on pourrait mettre en place des mesures en vue d'inciter les jeunes à **présenter spontanément une pièce d'identité** jusqu'à un certain âge (25 ans, p. ex.). En Finlande, par exemple, ce principe est encouragé jusqu'à l'âge de 30 ans (olekoutsu.fi). Cela diminuerait quelque peu la responsabilité du personnel de vente et de service et pourrait contribuer à sensibiliser davantage les jeunes.

❖ **Protection renforcée des mineurs et campagne de sensibilisation sur la remise d'alcool par des tiers**

La politique de prix est reconnue comme étant un outil de prévention efficace pour influencer la consommation d'alcool (World Health Organization (WHO), 2018; Wright et al., 2017). Toutefois, en Suisse, n trouve pratiquement partout de l'alcool à bas prix. Compte tenu qu'une partie des mineurs disposent de moyens financiers limités, notamment lorsqu'ils sont encore en formation, il faudrait encourager les mesures de prévention structurelle (politique cohérente des prix avec, notamment, une interdiction ou une limitation des rabais, contrôle des prix par le biais de taxes, etc.) pour assurer une véritable protection des jeunes.

Pour ce qui est de la remise d'alcool par des tiers, un grand nombre de personnes interrogées dans le cadre de l'enquête étaient convaincues que les mineurs arrivent sans problème à se procurer de l'alcool soit eux-mêmes, soit par l'intermédiaire de tiers (ami-e-s, frères et sœurs), de sorte qu'ils éprouvaient souvent un sentiment d'impuissance. Il semblerait également que passablement de points de vente ou de personnes se montrent plutôt souples dans l'application des dispositions légales. Dans ce domaine, des mesures concrètes ne sont en revanche pas faciles à mettre en œuvre, même si ce point est réglé par la loi. Le sujet pourrait être abordée dans les **documents de formation**. Cela permettrait de montrer et apprendre des réaction-types au personnel de vente et de service. Pour sensibiliser la population, une **campagne** pourrait être réalisée afin d'attirer l'attention sur les problèmes liés à la remise d'alcool par des tiers.

❖ Unifier les limites d'âge

Les différents âges légaux pour la remise d'alcool et la diversité des boissons alcooliques proposées rendent les contrôles plus difficiles. Les personnes interrogées qui travaillent aujourd'hui déjà avec une limite d'âge fixée à 18 ans pour toutes les boissons alcooliques (commerce de détail, canton du Tessin) apprécient cette unification qui facilite les contrôles. Plusieurs employé-e-s se sont spontanément prononcé-e-s en faveur d'une harmonisation (vers le haut) voire une augmentation au-delà de l'âge légal minimum de 18 ans.

La simplification des contrôles grâce à une unification des limites d'âge a par exemple été documentée aux Pays-Bas (Schelleman-Offermans et al., 2017). Plus largement, on observe une tendance à l'harmonisation des limites d'âge sur le plan européen : la plupart des pays autorisent la remise d'alcool à partir de 18 ans (European Commission, 2013 ; World Health Organization (WHO), 2012). Des enquêtes représentatives montrent que les trois quarts de la population suisse seraient favorables à une limite d'âge générale de 18 ans pour l'achat de boissons alcooliques et qu'environ la même proportion serait contre un abaissement à 16 ans (Marmet & Gmel, 2014). En conséquence, il conviendrait d'examiner une **unification de l'âge minimum requis** pour toutes les boissons alcooliques. Différents aspects, comme l'influence sur la santé des mineurs, les avantages lors des contrôles, le déplacement de la consommation vers la sphère privée, etc. devraient être considérés. Par ailleurs, les établissements qui souhaitent **relever volontairement l'âge minimum** devraient être soutenus dans leurs efforts. On pourrait par exemple élaborer des **panneaux informatifs** qui attirent l'attention sur l'unification de l'âge minimum sur le modèle des affiches actuelles. La création d'affiches transversales (p. ex. pour l'alcool, le tabac et les jeux d'argent) serait également à étudier.

❖ Élargir les achats-tests à toute la Suisse

Les achats-tests visent avant tout à sensibiliser le personnel de vente et à encourager le dialogue et la formation. Les achats-tests d'alcool étaient connus de la plupart des personnes interrogées, qui les considéraient comme un moyen judicieux pour vérifier le respect des dispositions légales. De tels achats avaient déjà été réalisés auprès environ un tiers des personnes interrogées.

Les achats-tests d'alcool devraient encore mieux être ancrés à l'échelle nationale et leur **mise en œuvre au niveau cantonal** devrait être soutenue. On peut supposer que les mesures de ce genre sont mieux acceptées si la démarche est connue et si un certain nombre d'établissements sont concernés (et pas une toute petite minorité qui se sent injustement traitée). Toutefois, étant donné que les mineurs disposent généralement de moyens financiers limités, il serait souhaitable de mettre l'accent sur les points de vente qui proposent de l'alcool relativement bon marché. Compte tenu de la stagnation du nombre d'établissements fautifs, une réflexion devrait être engagée sur la façon d'accroître **l'efficacité** des achats-tests d'alcool sur le plan cantonal.

Pour conclure, on peut dire que la majorité des personnes interrogées manifestent une volonté affirmée de mettre en œuvre les dispositions légales et d'améliorer ainsi la protection des mineurs. Les bases légales existent, encore faut-il qu'elles soient appliquées de façon systématique. Il serait souhaitable d'éliminer les obstacles et les blocages existants. Pour ce faire, des initiatives sont indispensables au niveau national et cantonal, de même que la collaboration des professionnel-le-s.



1 Ausgangslage

Der niedrige Alkoholpreis und die fast ständige Erhältlichkeit von Alkohol haben übermässigen Alkoholkonsum unter manchen Minderjährigen zu einem Problem gemacht. In den letzten Jahrzehnten wurden verschiedene Bundes- und Kantonsvorschriften eingeführt, die speziell auf den Schutz junger Menschen abzielen. Auf internationalem Niveau erwies sich die strenge Regulierung der Erhältlichkeit von Alkohol als wirksam, Voraussetzung für eine Verbesserung der gesundheitlichen Situation ist jedoch die wirksame Umsetzung der betreffenden Rechtsgrundlagen. Die verschiedenen Ansätze zur Überwachung der Einhaltung von Verkaufsverboten für Minderjährige können noch verbessert werden. Beispielsweise zeigen die Zahlen, die die Eidgenössische Zollverwaltung (EZV) auf der Grundlage der zwischen 2009 und 2017 in der Schweiz durchgeführten Alkoholtestkäufe veröffentlichten, einen relativ stabilen Anteil von Alkoholverkäufen an Minderjährige bei rund 30% (Eidgenössische Zollverwaltung (EZV), 2018). Die Anteile variieren beträchtlich nach dem Alter und Geschlecht der eingesetzten Testkäuferinnen und Testkäufer, dem Umstand, ob sie in Gruppen oder einzeln Testkäufe durchführten und den getesteten Verkaufsorten (Heeb, 2017).

Basierend auf diesen Überlegungen wurde Sucht Schweiz beauftragt, eine qualitative Umfrage durchzuführen (vergleichbar einer qualitativen Studie im Bereich Tabak, vgl. Kuendig et al., 2008). Diese Studie zielt darauf ab, die Erfahrungen und die Wahrnehmung des Verkaufs- und Servicepersonals bezüglich der Umsetzung der Gesetze zur Abgabe von Alkohol an Minderjährige zu erfassen. Im Fokus stand, inwiefern die Gesetze zur Abgabe von Alkohol an Minderjährige implementiert werden und welche Faktoren diese Implementierung erschweren (Hindernisse) oder fördern (Erfolgsfaktoren). Ist das Verkaufspersonal beispielsweise zurückhaltend, wenn es darum geht, nach den Ausweisen zu fragen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie sollen neue Erkenntnisse liefern, welche die jährlichen Erhebungen im Zusammenhang mit den Alkoholtestkäufen ergänzen. Auf diese Weise sollen bestimmte Faktoren, die die Umsetzung der Rechtsgrundlagen behindern, identifizieren werden. Auf der Grundlage von qualitativen Interviews mit Verkaufs- und Servicemitarbeitenden der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Schweiz wird erwartet, dass basierend auf den erhobenen Aussagen detaillierte Schlussfolgerungen möglich sind. Die Ergebnisse dieser Studie sollten auf nationalem Niveau generalisiert werden können.

2 Methode

2.1 Auswahl der Stichprobe

In einem ersten Schritt wurden die Teilnehmenden über ein Inserat auf Facebook rekrutiert (Facebook Ad; Beispiel siehe Anhang Kapitel 6). Über einen integrierten Link in dieser Facebook-Werbung gelangten interessierte Personen zu einem Online-Formular. Dieses Formular erfasste Informationen, die für die Auswahl der Stichprobe zentral waren (untenstehende Kriterien plus Informationen, die für die Organisation des eigentlichen Interviews wesentlich waren). Eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter von Sucht Schweiz kontaktierte telefonisch, basierend auf den Antworten im Formular, in Frage kommende Personen. Die Personen wurden direkt am Telefon befragt, vorausgesetzt sie waren mit der Befragung weiterhin einverstanden. Die Anzahl der Anrufversuche wurde bei fünf begrenzt.

Um diese Stichprobe zu ergänzen, wurden in einem zweiten Schritt weitere Personen direkt am Arbeitsplatz kontaktiert. Sie wurden basierend auf dem Telefonbuch, über Bekannte oder durch Aufsuchen am Arbeitsort (z. B. Take-away) identifiziert. Dieses Vorgehen erlaubt es, Kategorien, die durch die Facebook-Stichprobe nicht abgedeckt wurden, zu ergänzen.

Die **Auswahl der Stichprobe** erfolgte nach vordefinierten Kriterien.

- **Sprachregion:** Deutsch, Französisch Italienisch
- **Geschlecht**
- **Alter:** ab 18 Jahre
- **Arbeitsplatz:** grosse Detailhändler wie Coop, Manor oder Denner, kleinere Lebensmittelläden (u. a. «Dorfladen»), Take-aways (z. B. Kebab), Kioske, Cafés, Restaurants und Bars/Pub.
- **Verkauf oder Abgabe von Alkohol:** Alle Betriebe, die nach eigenen Angaben keinen Alkohol im Angebot haben, wurden von der Befragung ausgeschlossen.
- **Frequentierte von Minderjährigen**

Die Teilnahme an der Befragung war freiwillig und anonym. Persönliche Daten wie Name, Adresse oder Telefonnummer wurden ausschliesslich erhoben, soweit es zur Abwicklung der Befragung nötig war. Zur Vereinfachung der Erstellung der Transkripte, wurden die Unterhaltung mit dem Einverständnis der Befragten aufgezeichnet.

2.2 Befragung

Deutsch-, französisch- und italienischsprachige Mitarbeitende von Sucht Schweiz befragten die Teilnehmenden anhand eines halb-strukturierten Fragebogens. Der vollständige Fragebogen findet sich im Anhang (Kapitel 6).



Nach einigen einführenden Fragen zur Arbeitssituation wurden die folgenden Bereiche thematisiert.

- **Kenntnis der gesetzlichen Grundlagen**
- **Information/Schulung**
- **Einstellung zu den gesetzlichen Grundlagen**
- **Umsetzung im Alltag, Probleme**
- **Konsequenzen bei Nichtbefolgung der Gesetze**
- **Alkoholtestkäufe**

Der eigene Alkoholkonsum hängt mit der Einstellung gegenüber Alkoholkonsum und gegenüber Regulierungen im Alkoholbereich zusammen (Gmel et al., 2017b; Marmet & Gmel, 2014; Marmet & Gmel, 2016). Und möglicherweise wird das Antwortverhalten von Erwachsenen dadurch beeinflusst, dass im Haushalt Kinder leben. Damit die Antworten der Befragten besser eingeschätzt werden konnten, wurden die Befragten (a) zu ihrem Alkoholkonsum und (b) zu Kinder im Haushalt befragt.

Die Teilnehmenden wurden nach vollendetem Interview mit einem Bon über CHF 50 entschädigt. Zur Auswahl standen Bons von Coop, Manor und Migros. Die Bons wurden in regelmässigen Abständen eingeschrieben und versandt, um den Erhalt sicherzustellen. In Einzelfällen wurde der Bon direkt gegen Unterschrift übergeben.

2.3 Datenanalyse

Nach Abschluss der Befragung wurden die Gespräche sinngemäss transkribiert und die Antworten in einem Dokument zusammengetragen. Um die Analysen zu erleichtern, wurden die italienischsprachigen Gespräche ins Französische übertragen. Anschliessend wurden die Antworten zu den einzelnen Fragen gemäss der abgefragten Bereiche analysiert (vgl. Kapitel 2.2). Die Auswertungen in Kapitel 4 werden zur Illustration mit Zitaten ergänzt.

Die Antworten wurden, wenn sinnvoll, nach Sprachregion, Arbeitsort, Geschlecht, Alter und Kinder im Haushalt analysiert. Aufgrund kleiner Teilstichproben und von Arbeitssituationen, die sich zwischen den einzelnen Personen sehr stark unterschieden, waren solche Analysen jedoch nicht systematisch möglich. An dieser Stelle soll auch darauf hingewiesen werden, dass die Stichprobe relativ klein war und selektiv ausgewählt wurde. Ebenso kann nicht ausgeschlossen werden, dass manche Befragte sozial erwünscht geantwortet haben.

Aufgrund des qualitativen Charakters dieser Studie waren die Ergebnisse der Studie oft nur schwierig zu quantifizieren. Es wäre wünschenswert, wenn die Ergebnisse der vorliegenden Studie in einer quantitativen Befragung an einer grösseren Stichprobe des Verkaufs- und Servicepersonals überprüft werden könnten.

3 Beschreibung Stichprobe und Kontextfaktoren

3.1 Übersicht der Stichprobe

Insgesamt wurden 30 Personen befragt (Tabelle 1), davon 21 Frauen und 9 Männer. Die Befragten waren zwischen 20 und 73 Jahre alt (Mittelwert 36 Jahre, Standardabweichung 13 Jahre). Die Mehrheit der Befragten gehörte der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen an. Es wurden 14 deutsch-, 11 französisch- und 5 italienischsprachige Interviews durchgeführt.

Tabelle 1 Übersicht der Stichprobe

	Anzahl befragter Personen	Anteil an Gesamtstichprobe
Total	30	100%
Geschlecht		
Männlich	9	30%
Weiblich	21	70%
Alter		
20-29 Jahre	13	43%
30-39 Jahre	6	20%
40-49 Jahre	8	27%
50-73 Jahre	3	10%
<i>Mittelwert (Standardabweichung): 36 ($\pm$ 13) Jahre</i>		
Sprachregion		
Deutsch	14	47%
Französisch	11	37%
Italienisch	5	17%

Die Stichprobe umfasste wesentlich mehr Frauen als Männer. Dies entspricht gängigen Geschlechterverteilungen im Bereich Detailhandel und Gastronomie (vgl. Bundesamt für Statistik (BFS), 2018a). Sie widerspiegelt auch, dass gemäss BFS in diesen beiden Bereichen besonders Frauen Teilzeit arbeiten. Im Bereich Vollzeitarbeit (90% oder mehr) war das Geschlechterverhältnis, wiederum ähnlich der Verteilung beim BFS, annähernd ausgeglichen. Es sollte beachtet werden, dass die Angaben in diesem Abschnitt nichts darüber aussagen, welche Stellung eine Person am Arbeitsplatz hat.

3.2 Übersicht der durchgeführten Interviews

Die Befragung fand zwischen Mitte September und Anfang November 2018 statt. Die Interviews dauerten im Mittel 20 Minuten (minimal 8, maximal 45 Minuten; Standardabweichung 8 Minuten).

Basierend auf dem Facebook-Inserat wurden insgesamt 17 Personen identifiziert, die den Auswahlkriterien entsprachen (vgl. Kapitel 2.1). Zehn dieser Personen konnten durch Mitarbeitende von Sucht Schweiz telefonisch erreicht und befragt werden. Die restlichen sieben Personen konnten trotz maximal fünf Kontaktversuchen nicht erreicht werden.



Direkt am Arbeitsplatz wurden 20 Personen befragt. 13 Personen wurden telefonisch kontaktiert und 7 direkt vor Ort befragt (davon vier der fünf italienischsprachigen Gespräche). Tabelle 2 fasst die wichtigsten Kennzahlen im Zusammenhang mit den durchgeführten Interviews zusammen.

Tabelle 2 Übersicht der durchgeführten Interviews

	Anzahl durchgeführter Interviews	Anteil an Gesamtstichprobe
Total	30	100%
Methode Identifizierung		
Facebook	10	33%
Direkt am Arbeitsplatz	20	66%
Dauer		
Mittelwert (Standardabweichung): 20 ($\pm$ 8) min		
Minimum; Maximum: 8 min; 45 min		

Die Liste der berücksichtigten Arbeitsorte war lang. Grob gesagt wurden folgende Arbeitsorte abgedeckt: klassische Detailhändler/Supermärkte wie Coop (auch Pronto-Stellen) oder Volg; Restaurants und Cafés (dazu gehörte auch eine Gelateria inkl. Café und ein Hallenbadrestaurant); Bars/Pubs (auch Vereinshaus auf Fussballplatz, Bar in Bowlingcenter, Buvette); Kioske; Take-aways wie Kebab.

Eine Einteilung in Kategorien, die klar abgegrenzt sind, war schwierig. Einerseits gab es mehrere Personen, die an verschiedenen Arbeitsorten tätig waren (z. B. Café und Bar). Andererseits gab es Arbeitsorte, die sowohl Café und Restaurant, Café und Bar oder andere Kombinationen waren. Manche Arbeitsorte konnten auch nicht klar zugeordnet werden (Coop Pronto zu «Detailhandel» oder «Take-away»; Crêperie zu «Take-away» oder «Restaurant»). Aus diesen Gründen werden die Arbeitsorte in Tabelle 2 nicht aufgeführt.

3.3 Beschreibung der Kontextfaktoren

Die einzelnen **Arbeitssituationen** der Befragten waren sehr unterschiedlich. Sie reichten von Studentinnen und Studenten, die wenige Stunden pro Woche aushilfsweise arbeiteten oder Personen, die aus Spass auch nach der Pensionierung ein paar Stunden arbeitstätig waren, über Teilzeitarbeitende bis hin zu Vollzeitbeschäftigten. Manche Befragten waren alleine am Arbeitsplatz und wurden daher kaum kontrolliert (Lebensmittelladen im Dorf oder kleine Bar), andere arbeiteten in grossen Bars oder in grossen Filialen des Detailhandels mit präsenten Vorgesetzten.

Nach dem **eigenen Alkoholkonsum** befragt, gaben zwei Person an, nie (oder nicht mehr) Alkohol zu trinken. Gemeinhin trinken nach eigenen Angaben etwa 85% der Schweizer Bevölkerung gelegentlich oder regelmässig Alkohol (Bundesamt für Statistik (BFS), 2018b; Gmel et al., 2017a). Da die vorliegende Stichprobe eher jung war und die Befragten teilweise in Bars oder anderen Ausgehorten für Junge arbeiteten, erstaunt es nicht, dass die meisten selber Alkohol konsumierten.

Insgesamt neun Befragte gaben an, im selben **Haushalt mit Kindern** zu leben. Insbesondere bei Kindern im Bereich des Mindestalters für den Erwerb von Alkohol waren die Eltern möglicherweise mit Fragen des Alkoholkonsums ihrer Kinder konfrontiert. Manche thematisierten diesen Umstand auch während der Befragung. Die meisten Befragten dieser Studie hatten jedoch keine Kinder. Und bei zwei Befragten waren die Kinder bereits erwachsen.

Die Umstände, dass die Stichprobe eher jung und weiblich war, die Befragten häufig selber Alkohol konsumierten und manche der Befragten Kinder hatten, die bereits Alkohol erwerben und konsumieren durften, sollte bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.



4 Ergebnisse der Befragung zur Abgabe von Alkohol an Minderjährige

4.1 Kenntnis und Information über Gesetzeslage

Zum Schutz der Jugend unterliegt der Alkoholverkauf in der Schweiz gewissen Einschränkungen. Bier und Wein darf nicht an unter 16-Jährige verkauft werden, Spirituosen nicht an unter 18-Jährige. Im Tessin ist der Verkauf aller alkoholischer Getränke an unter 18-Jährige verboten. Auch manche Betriebe schränken die Abgabe alkoholischer Getränke stärker ein als vom Gesetz vorgesehen. Die Weitergabe von Informationen und Schulungen sind wichtige Mittel, um die Kenntnisse der Angestellten zu verbessern.

4.1.1 Mindestabgabealter

Das **Mindestabgabealter für Alkohol war generell bekannt**, auch wenn drei Befragte nach eigenen Angaben mit gewissen Getränkearten Mühe bekundeten.

« Erklärt worden ist es mir lustigerweise nicht. Ich glaube, Bier ist ab 16 und alles andere ab 18 Jahren. Aber vielleicht ist das falsch. Wie ist es bei Wein? Der ist auch ab 18, oder? »

Nach Art. 11 Abs. 2 der Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV) muss gut sichtbar auf das Mindestabgabealter hingewiesen werden. An fast allen Arbeitsorten der Befragten gab es **visuelle Hinweise zum Mindestabgabealter**. Nur zwei Befragte waren sich nicht sicher, ob es solche Hinweise an ihrem Arbeitsort gibt. Die Hinweise waren meist in Form von Plakaten. Andere wiesen handgeschrieben auf Tafeln oder auf den Getränkekarten auf das Mindestalter für den Erwerb von Alkohol hin.

« Oui, il y en a vers les caisses et sauf erreur à l'entrée du magasin. Et elles sont en évidence. C'est marqué quel type d'alcool peut être vendu à quel âge. »

Ein **einheitliches Mindestabgabealter** für alle alkoholischen Getränke erleichtert die Alterskontrollen. Dies zeigte sich insbesondere unter den italienischsprachigen Befragten. Ähnliche Ergebnisse ergaben sich auch bei manchen Befragten des Detailhandels mit einem freiwilligen Mindestabgabealter von 18 Jahren.

« Je connais la limite d'âge en vigueur au Tessin pour la vente d'alcool pour toutes les boissons contenant de l'alcool. Elle est de 18 ans. Je sais aussi que dans d'autres cantons cette limite descend à 16 ans pour certains types de boissons. Le fait d'avoir la même limite d'âge pour toutes les boissons me facilite le travail au quotidien. »

Zusammenfassung und Empfehlungen

Die gesetzlichen Regelungen zum Mindestabgabealter waren den Befragten generell bekannt, auch wenn Einzelpersonen mit gewissen Getränkearten Mühe bekundeten. Die Vorgaben der Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV) wurden in der Regel befolgt, d. h. an den meisten Arbeitsplätzen gab es visuelle Hinweise mit dem Abgabealter. Befragte des Detailhandels und im Kanton Tessin betonten die Vereinfachung von Alterskontrollen bei einem generellen Alkoholabgabeverbot an unter 18-Jährige.

Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, eine **Angleichung des Mindestabgabealters** anzustreben. Eine generelle **Erhöhung** des Mindestabgabealters auf 18 Jahre sollte überprüft werden. Begleitend könnten für Betriebe, die bereits ein generelles Mindestabgabealter von 18 Jahren umsetzen, **Hinweisschilder** erarbeitet werden, welche auf das einheitliche Mindestabgabealter hinweisen.

4.1.2 Information am Arbeitsplatz über die gesetzlichen Grundlagen

Generell wurden die befragten **Verkaufs- und Serviceangestellten über die gesetzlichen Grundlagen im Bereich Alkohol und Jugendschutz informiert**. Die Art und Weise variierte jedoch beträchtlich. Befragte Personen, die im Detailhandel arbeiteten, erhielten ausnahmslos eine Schulung. Zusammen mit Personen anderer Arbeitsorte, die auch eine Schulung erhielten, machten sie etwas mehr als ein Drittel der Befragten aus. Ein weiteres Drittel der Befragten erhielt mündliche Informationen. Fünf Personen wurden schriftliche Informationen abgegeben (u. a. Handbuch, Checkliste, manchmal als Bestandteil des Arbeitsvertrages). Die Befragten der Deutschschweiz erhielten etwas häufiger schriftliche Informationen oder Schulungen, die französischsprachigen Befragten wurden etwas häufiger mündlich informiert. Zwei Befragte konnten sich nicht erinnern, explizit auf die Gesetzeslage und den Umgang mit Minderjährigen hingewiesen worden zu sein. Beide Personen betonten jedoch, dass ihnen die Regelungen durchaus bewusst sind.

« In der Checkliste, die jeder Mitarbeitende unterschreiben muss, steht drin, dass man keinen Alkohol abgeben darf, bzw. dass man nach dem Ausweis fragen muss (zusammen mit anderen Punkten wie Hygiene). »

Der **Umfang der weitergegebenen Informationen** über die Gesetzeslage und den Umgang mit Minderjährigen variierte sehr stark. Während bei einigen diese Themen nur sehr kurz angesprochen oder Informationen dazu schriftlich abgegeben wurden ohne sie zu erläutern, erhielten andere wiederholte Schulungen und Informationen. Insbesondere im Detailhandel scheinen die Informationen standardisiert und ausführlich zu sein.

« Wir haben Schulungen, die werden immer wieder durchgeführt, die müssen wir auch unterschreiben. »

Zusammenfassung und Empfehlungen

Die meisten Befragten wurden bezüglich der gesetzlichen Grundlagen zum Mindestabgabalter von Alkohol geschult oder mündlich informiert. In manchen Fällen wurden schriftliche Informationen abgegeben. Der Erhalt der Informationen wurde zwar oft sichergestellt, in welchem Ausmass die Befragten davon Kenntnis nahmen, blieb aber offen. Auch wenn die Kenntnisse der Befragten zur gesetzlichen Lage relativ gut zu sein scheinen, wie in Kapitel 4.1.1 dokumentiert, zeigen die Aussagen der Befragten, dass sie durch eine verbesserte Schulung oder ausführliche Informationen noch verbessert werden könnten.

*Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, die **Schulung und Information von Verkaufs- und Servicepersonal fortzuführen und auszubauen**. Wiederholte systematische Schulungen durch Fachpersonen oder online erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass Situationen mit Minderjährigen adäquat gehandhabt werden.*



4.2 Kontrollen im Alltag

Ausweiskontrollen sind ein einfaches Mittel, um das Alter von jungen Personen festzustellen und möglichem Missbrauch vorzubeugen. Sie dienen der Durchsetzung des Jugendschutzes, wie er gesetzlich verankert ist. Dazu müssen aber entsprechende Kontrollen systematisch im Alltag verankert werden. Die Analysen im Zusammenhang mit den Alkoholtestkäufen haben jedoch gezeigt, dass die Verkaufsrate von Alkohol an Minderjährige in den letzten 10 Jahren relativ hoch geblieben ist, und zwar bei rund einem Drittel (EZV, 2018). Es wurden verschiedene Vermutungen über die Gründe geäußert (u. a. Hemmungen bei Ausweiskontrolle, Angst vor negativen Reaktionen, Desinteresse). Die Gründe können auf persönlicher oder sozialer Ebene verortet werden, oder in den Umständen der Arbeit.

4.2.1 Persönliche Ebene: Hindernisse und fördernde Faktoren

Die klare Mehrheit der Befragten **verlangte nach eigenen Angaben im Zweifelsfall einen Ausweis**. In heiklen oder zweifelhaften Situationen wurden manchmal sogar die Vorgesetzten beigezogen. Drei Personen kannten alle im Dorf, daher waren Kontrollen nicht nötig (ausser Unbekannte kamen vorbei, in dem Fall wurden die Ausweise kontrolliert). Und zwei Personen gaben an, nur sehr selten Alkohol zu servieren, und wenn, dann eher an Erwachsene (selbstverständlich wurden die Ausweise im Zweifelsfall kontrolliert).

« Alors normalement tu regardes un peu partout et quand tu as une question, moi je demande la pièce d'identité. Moi, je préfère demander trop que de donner de l'alcool aux mineurs. »

« Pendant la journée les mineurs sont les bienvenus et il arrive qu'ils se posent au bar pour jouer aux cartes. À 22 heures, nous demandons gentiment aux mineurs de laisser le local. Vu que la ville est petite et que la clientèle est régulière, nous savons qui est mineur ou pas. De plus, un securitas contrôle l'âge des clients entrants. Ceci permet aux barmans de moins se préoccuper de l'âge de la clientèle à l'intérieur, même s'ils restent en tout cas vigilants à cet aspect. »

Eine Person gab an, systematisch **keine Ausweiskontrollen** zu machen. Sie begründete ihr Verhalten damit, dass Minderjährige problemlos an Alkohol kommen (vgl. Kapitel 4.4) und nach dem Aussehen nicht klar festgestellt werden kann, wie alt jemand ist (siehe unten).

« Distinguer un mineur c'est compliqué. Je suis incapable de faire la différence. Donc les mineurs, les enfants, il n'y a pas de soucis ça c'est facile. Mais sinon je n'ai jamais fait de contrôle d'identité. Je n'ai jamais fait de contrôle d'âge. [...] Je ne demande pas, parce que je pense que si les gens veulent boire de l'alcool ils l'amèneraient eux-mêmes. Je ne pense pas qu'ils prendraient le risque d'aller acheter de l'alcool au bar. »

Für die Mehrheit der Befragten waren **Ausweiskontrollen Teil des Arbeitsalltags**. Sie gaben folgende Gründe für konsequente Kontrollen am Arbeitsplatz an: *keine Berührungsängste; gehört zum Job; ist vom Gesetz her vorgeschrieben; junge Personen wissen Bescheid und man macht das nicht ohne Grund; kein Risiko eingehen; ist nicht schlimm; muss Vorbild sein.*

« Kein Problem, danach zu fragen. Besser man fragt, als es hat Konsequenzen. Es ist meine Verantwortung. »

« Ich bin selber jung. Ich muss ein Vorbild sein. »

Vier Personen erwähnten eigene **negative Gefühle** im Zusammenhang mit den Ausweiskontrollen. Eine Person hatte in der ersten Phase Mühe mit den Kontrollen, inzwischen hat sie sich daran gewöhnt. Drei Personen erwähnten die Peinlichkeit der Situation, wenn jemand älter ist. Trotzdem gehörte auch bei ihnen die Alterskontrolle zum Arbeitsalltag. Zwei weitere Befragte beobachteten bei ihren Mitarbeitenden Hemmungen, nach dem Ausweis zu fragen.

« Ce n'est jamais un moment très agréable. Soit la personne le prend mal, car elle est plus âgée. Soit les personnes sont un peu gênées, ou n'ont pas la carte et donc c'est énervant pour elles. Je ne vends pas d'alcool aux personnes qui n'ont pas de cartes. Cela ne me pose pas de problème de demander une pièce d'identité parce que je le fais machinalement. »

« Man muss es halt einfach machen. Ich will niemandem Alkohol verkaufen, der zu jung ist. Ich habe in 99.9% der Fälle 20-Jährige nach ihrem Ausweis gefragt. Man muss sich dann immer entschuldigen, das kann ein peinlicher Moment sein. »

« Ganz am Anfang hatte ich wahnsinnig Mühe. Ich wusste, es kommt ein blöder Spruch. Jetzt ist es für mich wie Waschpulver auffüllen. Wenn ich nicht sicher bin, frage ich. Auch wenn sie sich beschweren, gibt es keinen Alkohol und wenn sie keinen Ausweis haben, gibt es ihn erst recht nicht. »

Obwohl nicht explizit darauf angesprochen, war das **Aussehen von jungen Personen** bei einem Drittel der Befragten ein Thema. Aufgrund von Make-Up, Sonnenbrille, Bartwuchs etc. scheint das Alter von jungen Personen generell schwer einschätzbar zu sein. Barmitarbeitende erwähnten tendenziell etwas häufiger, dass die Einschätzung des Alters schwierig ist.

« Im Zweifelsfall frage ich nach dem Ausweis. Es ist schwierig, heutzutage das Alter der Jungen einzuschätzen. Auch wenn jemand jung aussieht und aber älter ist, ist es ja nicht schlimm. »

« Ce n'est pas évident de distinguer un mineur de 15 ans, d'un de 16 ans. Alors on demande la carte, mais cela ne pose pas de problème. Ce n'est pas difficile, ils jouent le jeu. »

Zusammenfassung und Empfehlungen

Gemäss den Aussagen der meisten Befragten überwiegen die fördernden Faktoren, d. h. Alterskontrollen sind in den Arbeitsalltag integriert. Negative Gefühle gegenüber den Ausweiskontrollen, die möglicherweise dazu führen, dass die Ausweise nicht oder nicht genau kontrolliert werden, wurden nur von wenigen Befragten geäußert. Sozial erwünschte Antworten können jedoch nicht ausgeschlossen werden. Ein wichtiges Thema in der Befragung war das Aussehen von jungen Personen, welches manchmal die Schätzungen des Alters erschwert.

*Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, **systematische Alters- bzw. Ausweiskontrollen zu fördern und auszubauen**. Durch Schulung und Informationen können Hemmnisse abgebaut und Handlungsoptionen eingeübt werden. Alterskontrollen werden erleichtert, wenn junge Personen beim Erwerb von Alkohol automatisch den **Ausweis vorzeigen**.*



4.2.2 Soziale Ebene: Positive und negative Reaktionen der Kundschaft

Das Service- und Verkaufspersonal steht oft in engem Kontakt mit der Kundschaft. Manche Personen haben sich für diesen Beruf entschieden, weil sie den Kontakt mit Menschen schätzen. Alterskontrollen können jedoch zu negativen Erlebnissen und damit verbundenem Stress führen, wie eine Studie in der Schweiz gezeigt hat (Funke et al., 2018).

Die Reaktionen der Kundschaft waren sehr **vielfältig**. Sie reichten von sehr positiv bis sehr negativ, inklusive Bedrohungen oder tätliche Angriffe. Die neutralen oder positiven Reaktionen überwogen aber deutlich. Die Art und Weise, wie nach dem Ausweis gefragt wird, kann offenbar einen Einfluss darauf haben, wie die Reaktionen ausfallen. So wurde ein freundliches aber bestimmtes Vorgehen als hilfreich eingeschätzt.

Die Mehrheit der Befragten waren mit **Bemerkungen** wie «Klar bin ich alt genug», «Hast du mich so jung eingeschätzt?», «Hat man mir das nicht angesehen» oder ähnlichen Sprüchen konfrontiert. Solche Reaktionen gehörten offenbar zum Alltag und wurden als nicht besonders negativ bewertet, auch wenn sie nicht immer als angenehm eingeschätzt wurden. Deutlich mehr Frauen als Männer berichteten von solchen Bemerkungen und unter deutschsprachigen Befragten waren sie etwas häufiger als unter den französischsprachigen Befragten. Sie waren im Detailhandel verbreitet ebenso wie in Bars/Pubs oder in Restaurants. Von den kontrollierten Personen wurde eine Alterskontrolle manchmal als Kompliment aufgefasst.

« Es gibt Leute, die machen Bemerkungen wie «Sehe ich noch so jung aus?» oder «Ich zeige ihn dir schon, ich bin schon lange alt genug. »

Gemäss Auskunft der Befragten versuchte ein Teil der minderjährigen Kundschaft durch **Ausreden** trotzdem an Alkohol zu kommen («Ausweis vergessen»). Die Abgabe von Alkohol wurde in solchen Fällen verweigert. Manchmal wurde jedoch von den Befragten ein Ersatzausweis (Versicherungskarte o. Ä.) anstelle der offiziellen Dokumente akzeptiert.

« Manchmal beschwerten sich die Jungen und erzählen dann die Ausrede, sie hätten den Ausweis vergessen, wenn sie noch nicht alt genug sind. »

Wird der Verkauf von Alkohol verweigert, kann es manchmal zu **negativen Reaktionen** kommen. Vier Befragte berichteten über ernst zu nehmende Reaktionen, wie Bedrohungen oder physische Angriffe. Die Situationen wurden als sehr unangenehm empfunden. Von den vier Personen arbeiteten drei in einer Bar/Pub. Drei Personen, die selber nicht von negativen Reaktionen Minderjähriger betroffen waren, empfanden die negativen Reaktionen erwachsener Betrunkener, denen die Abgabe weiterer Alkoholika verweigert wurde, als belastend.

« Cela se passe relativement bien, à part avec une minorité. Je me suis fait agresser aussi physiquement avec des jeunes avec lesquels j'ai respecté la loi. Parce que je suis peut-être un des seuls dans le coin à respecter la loi. Je me suis fait attaquer en représailles surtout. »

Deutlich **positive Reaktionen** kamen oft von Personen, die von den Alterskontrollen selber nicht betroffen waren, sondern Kontrollen beobachteten und sich dazu mit ermutigenden Bemerkungen äusserten.

« Positive Reaktionen gab es auch. Die finden es gut, dass wir die Ausweise kontrollieren («sie haben aber Mut, die zu kontrollieren»). Ich frage immer nett. »

Ein weiterer, förderlicher Faktor war die gegenseitige **Kontrolle unter den Mitarbeitenden**. So unterstützten sich einzelne Angestellte bei der Alterskontrolle und wiesen sich gegenseitig auf junge Kundschaft hin.

« Einmal hat mich meine Kollegin mit dem Kopf auf einen Kunden hingewiesen, der kontrolliert werden sollte. »

Zusammenfassung und Empfehlungen

Die Reaktionen der Kundschaft waren vornehmlich nicht negativ. So waren Bemerkungen und Sprüche, welche die Ausweiskontrollen begleiteten, gemäss dieser Studie ziemlich häufig. Ermunterungen und positives Feedback durch Erwachsene, die von den Kontrollen selber nicht betroffen sind, kommen auch vor. Ernst zu nehmende Reaktionen der Kundschaft sind zwar nicht häufig, sie sollten aber ernst genommen werden. Die Unterstützung durch die Vorgesetzten in schwierigen Situationen ist wünschenswert.

*Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, in Informationen und Schulungen den **Umgang mit schwierigen Kundinnen und Kunden zu thematisieren** und **Handlungsoptionen für schwierigen Situationen** aufzuzeigen.*

4.2.3 Arbeitsumstände: Positive und negative Faktoren

Fördernde Faktoren oder Hindernisse können nicht nur auf der persönlichen oder der sozialen Ebene identifiziert werden, sondern können auch in den Arbeitsumständen liegen (z. B. lange Schlangen an der Kasse/Bar; technische Hilfsmittel).

Fast zwei Drittel der Befragten erlebten **keine Hindernisse bei den Umständen der Arbeit**. Die Kontrollen gehörten zum Alltag, auch in stressigen Phasen des Tages.

« Ich frage konsequent, egal wie viele Leute an der Kasse stehen. Sobald ich nicht sicher bin, frage ich nach dem Ausweis. Ich frage lieber einmal zu viel, als einmal zu wenig. »

« Ich kann nur von mir sprechen. Bei mir kommt sowas nicht vor. Wenn ich an der Kasse bin, mache ich dort meine Arbeit korrekt. Ich fürchte mich zu sehr vor den Kontrollen. Mit den Konsequenzen zu leben oder welche zu haben, ist nicht lustig. Lieber einmal mehr fragen und evtl. sogar die Chefs kommen lassen, als dass man in eine Kontrolle kommt. »

Etwa ein Drittel der Befragten ging davon aus, dass **in bestimmten Situationen die Kontrollen nicht so strikt ausgeführt werden**, wie sie vielleicht sein sollten. Genannt wurden Situationen wie: *Stress; Schlange an der Kasse/Bar, viele Leute; Aussehen der Kundschaft (vgl. Kapitel 4.2.1); technische Ausrüstung nicht dabei (Kontrollgerät); wenn jemand zu einer Gruppe dazu stösst; Abgabe an Dritte (vgl. Kapitel 0); finanzielle Verluste*. Befragte in Bars/Pubs oder auch in Restaurants oder Cafés nahmen etwas mehr Hindernisse dieser Art wahr. Basierend auf zwei Aussagen kann geschlossen werden, dass in manchen Fällen Kontrollen möglicherweise nicht strikt gemacht werden, da die Betriebe ansonsten finanzielle Einbussen haben. So werden Betriebe, welche die Kontrollen strikt durchführen, dadurch geschädigt, dass Minderjährige, welche Alkohol erwerben möchten, einen Betrieb ohne Ausweiskontrollen aufsuchen.

« Wenn der Laden voll ist, bleibt schon weniger Zeit für den einzelnen Gast. Mir ist schon passiert, dass ich zwar den Ausweis angeschaut habe, aber den Jahrgang nicht. [...] Wenn jemand uns austricksen will, kann es sein, dass er es schafft. Wenn man einen älteren Bruder hat, kommt man bestimmt an Alkohol oder wenn jemand sich ähnlich sieht und man den Ausweis von jemand anderem hat. »

« Das kann schon problematisch sein. Etwa zehn Tage pro Jahr ist so viel los, da kann ich nicht die Hand ins Feuer legen, dass wir 100% jeden gefragt haben. Das ist aber auch nicht machbar. Es sind bestimmt nicht viele, die wir verpassen. Aber der eine oder andere schlüpft bestimmt durch. »



Ein Faktor, der nach Angabe der Befragten in den Bars kaum kontrolliert werden kann, ist das **Mitbringen von eigenem Alkohol im Gepäck**. Dieser mitgebrachte Alkohol wird vor Ort mit nicht-alkoholischen Getränken vermischt. Wenn man die betreffenden Personen nicht in flagranti entdeckt, bleibt ein solches Verhalten oft unentdeckt.

« Un cas de figure particulièrement difficile à gérer est celui des mineurs qui demandent des boissons sans alcool au comptoir, comme par exemple un coca, et après, en cachette remplissent le verre avec du whisky qu'ils ont apporté dans leurs sacs à dos. Du coup, il devient impossible de repérer les mineurs qui sont en train de boire une boisson alcoolisée. »

Besonders im Detailhandel werden **technische Möglichkeiten zur Alterskontrolle** genutzt, indem die Kassen oder Geräte für die Kontrollen am Self-Checkout mit entsprechenden Programmen ausgerüstet sind. So muss nicht nur das Alter jeder Person beim Kauf validiert werden, sondern bei Zweifeln kann im Zusammenhang mit einem bestimmten Getränk das Alter der Person eingegeben werden. Daraufhin folgt eine Mitteilung, ob das Getränk abgegeben werden darf oder nicht. Diese Art der Unterstützung wurde gemeinhin geschätzt.

« Après, on a aussi de l'aide de la part des machines. Quand on type une marchandise qui demande une limite d'âge on peut typer la date de naissance de la carte d'identité sur la machine. [...] La machine ne rappelle pas si c'est 16 ou 18 ans, mais met la date de naissance limite. Ainsi si en fin de journée ou on est fatigué, si on a un doute avec un alcopop qui pourrait être une bière, on peut écrire manuellement la date d'anniversaire de la personne. Ceci nous mettra un message « accepté » ou « refusé ». C'est assez pratique. »

Gerade in Bars gab es teilweise **Eingangskontrollen inklusive Alterskontrolle**. Manchmal wurden Minderjährige nach einer bestimmten Uhrzeit gebeten, das Lokal zu verlassen. Im Anschluss sollten sich somit keine Minderjährigen mehr im Lokal befinden, was die Alterskontrolle bei der Abgabe von Alkohol praktisch überflüssig macht bzw. die Verantwortung den Verantwortlichen für die Eingangskontrollen überträgt. Eine Person erwähnte verschiedenfarbige Bänder, die am Eingang abgegeben werden. Solche Bänder erleichterten die Kontrollen.

« Le bar applique le minimum requis au niveau d'affichage des interdictions, mais il y a d'autres mesures pour limiter l'accès aux mineurs. Après une certaine heure, un securitas est posé à l'entrée du local pour éviter que les gens aillent boire dans la rue, et bloquent le trafic. [...] Le securitas contrôle aussi les pièces d'identités des personnes qui vont entrer dans le local après une certaine heure pour les empêcher d'entrer si elles sont mineures. A 22h00, les barmans font un tour du bar pour demander cordialement les documents et inviter les mineurs à quitter le local, même s'ils auraient le droit d'y rester. »

Manche Bars waren offenbar auch mit **gefälschten Dokumenten** konfrontiert.

« Le stress au travail peut être important, notamment lors des afterworks. Mais je me suis déjà exposé à des contrôles et sais à quoi je m'expose en cas d'infractions. Ainsi, une des règles est de contrôler l'âge en priorité, avant la rentabilité. J'ai relevé énormément de fausses cartes d'identité. Les cartes d'identité anglaises étaient très nombreuses. »

Das im Kanton Tessin geltende Alkoholabgabeverbot an unter 18-Jährige führt manchmal zu Situationen, in welchen **Minderjährige aus anderen Kantonen im Tessin Alkohol erwerben möchten**.

« Certaines fois des mineurs montrent leur pièce d'identité avec confiance car ils viennent d'un canton où ils peuvent acheter la boisson en question. Alors il ne suffit pas que le vendeur se contente de ce geste pour procéder à la vente, mais il doit bien contrôler l'âge. »

Zusammenfassung und Empfehlungen

Ein Drittel der Befragten ging davon aus, dass in manchen Situationen die Kontrollen aufgrund der Arbeitsumstände nicht so strikt waren, wie sie vielleicht sein sollten. Technische Hilfsmittel und Eingangskontrollen oder die Abgabe farbiger Bänder erleichterten jedoch die Kontrollen. Ferner waren manche Befragten mit gefälschten Ausweisen konfrontiert. Die Anerkennung ausschliesslich offizieller Dokumente kann dazu beitragen, Probleme diesbezüglich zu vermeiden. Barmitarbeitende berichteten darüber hinaus von Personen, die den selber mitgebrachten Alkohol vor Ort konsumierten.

*Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, im Rahmen von Informationen und Schulungen die **Gründe für strikte Ausweiskontrollen zu dokumentieren** und die **Akzeptanz ausschliesslich offizieller Dokumente zu fördern**. Auf Plakaten oder Flyern sollte darauf hingewiesen werden, dass nur offizielle Dokumente akzeptiert werden. Weitere Kassen könnten technisch aufgerüstet werden (z. B. in Bars) und Eingangskontrollen und die Abgabe farbiger Bänder sollte an Orten, wo dies Sinn macht, berücksichtigt werden.*

4.3 Konsequenzen bei Nichteinhaltung der gesetzlichen Vorgaben

Eine Frage zielte darauf ab, etwas mehr über die **Reaktionen** herauszufinden, mit welchen die Befragten zu rechnen haben, sollten sie Alkohol an Minderjährige abgeben. Es ging dabei insbesondere um Reaktionen der Vorgesetzten und nicht um gesetzliche Konsequenzen.

Die meisten Befragten gingen davon aus, dass sie auf das **Verhalten angesprochen** würden. Während nach Auskunft der Befragten ein Teil der Vorgesetzten die Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben im Arbeitsalltag relativ strikt beaufsichtigten, würde man andernorts eher ins Büro zitiert und gemassregelt. Einige Personen waren in der Regel alleine anwesend, das heisst, dass niemand ihre Verhalten kontrollieren konnte (vornehmlich in Bars oder am Kiosk). Obwohl nicht explizit erhoben, gaben vier Personen an, dass sie im Wiederholungsfall gekündigt würden. Es handelte sich dabei um eher jüngere Frauen, drei davon aus der französischsprachigen Schweiz. Der Eindruck entstand, dass es zu den betriebsinternen Konsequenzen oft keine klaren Regelungen gibt.

« Wenn der Vorgesetzte sieht, dass man Alkohol an jemanden abgibt, der jung ist, wird man ins Büro zitiert. »

« Si on vend de l'alcool à un mineur je crois qu'il nous donnerait un avis, mais si tu le fais plusieurs fois, tu auras des problèmes. Après on peut même être licencié je crois. »

Zusammenfassung und Empfehlungen

Zwar gaben die meisten Befragten an, dass die Vorgesetzten bei Abgabe von Alkohol an Minderjährige wohl das Gespräch suchen würden. Der Eindruck entstand aber, dass es oft keine klaren Regelungen gibt, wie in solchen Situationen vorgegangen wird oder sie zumindest den Mitarbeitenden nicht bekannt waren.

*Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, die Verantwortlichen dazu anzuhalten, **klare Regeln zum betriebsinternen Umgang bei Abgabe von Alkohol an Minderjährige aufzustellen** und diese **an die Mitarbeitenden zu kommunizieren** (z. B. als Teil des Personalreglements). Ergänzend dazu sollte ein **Leitfaden im Falle von Verstössen** erarbeitet werden, der online oder im Rahmen von Schulungen zur Verfügung gestellt wird, so dass Betriebe einen Rahmen für betriebsinterne Regelungen haben.*



4.4 Persönliche Einstellung gegenüber den Gesetzen

Die persönliche Einstellung der Befragten gegenüber den aktuellen gesetzlichen Regelungen zum Jugendschutz kann einen Einfluss darauf haben, ob Alterskontrollen im Alltag umgesetzt werden.

Mehr als zwei Drittel der Befragten beurteilten die **aktuellen gesetzlichen Regelungen als sinnvoll**. Die Reaktionen können grob so zusammengefasst werden: «Getrunken wird ohnehin, es braucht jedoch Gesetze, um den Konsum zu regeln und einen Rahmen zu bieten.» Verschiedene Argumente für die aktuellen Altersgrenzen wurden vorgebracht: *in dem Alter weiss man, was man tut; man soll den Umgang mit Alkohol lernen; starker Alkohol soll wegen der gesundheitlichen Folgen nicht an Minderjährige abgegeben werden; um Problemen mit dem Konsum von Alkohol vorzubeugen; der Aufwand für die Kontrollen ist grösser, wenn das Mindestalter heraufgesetzt wird.*

« Ich finde es eine gute Sache. Natürlich kriegen die Jungen heute Alkohol, wenn sie welchen haben möchten. Aber es braucht eine Regelung. »

Sechs Befragte erwähnten spontan, dass sie einer Heraufsetzung der **Altersgrenze** positiv gegenüberstehen. Vier davon wünschten sich eine starke Heraufsetzung (vergleichbar den USA). Eigene Kinder im Haushalt tragen tendenziell dazu bei, dass eine Heraufsetzung der Altersgrenze gewünscht wird. Ebenso ist diese Haltung etwas stärker unter Bar/Pub Mitarbeitenden verbreitet.

« Die Regelungen in der Schweiz sind sinnvoll. Von mir aus könnte man alle Alkoholika erst ab 18 Jahren abgeben. Alkohol ist nicht gesund und wenn man älter ist, hat man ein grösseres Verantwortungsbewusstsein. »

« Je pense qu'il est juste d'empêcher la vente d'alcool aux mineurs. Je crois aussi que cette interdiction devrait être augmentée à 20-21 ans comme aux Etats-Unis. »

Etwas mehr als ein Drittel der Befragten erwähnte spontan, dass **Minderjährige problemlos an Alkohol** kommen, sei es über Dritte oder an Orten, wo die Kontrollen lasch sind. Gerade Frauen und Personen, die im Detailhandel oder in Cafés/Restaurants arbeiteten, erwähnten diesen Umstand tendenziell etwas häufiger. Personen mit Minderjährigen im Haushalt waren nicht stärker davon überzeugt, dass problemlos Alkohol erworben werden kann, als Personen ohne Minderjährige zu Hause, es trifft eher das Gegenteil zu. Die **Weitergabe von Alkohol durch Dritte** (Freunde, Geschwister) ist im Alltag der Befragten offenbar verbreitet. So erwähnten fast zwei Drittel der Befragten spontan, dass die Weitergabe von Alkohol durch Dritte problematisch sei. Darunter waren tendenziell etwas mehr Frauen. Alle Personen, die in Bars/Pubs arbeiteten, erwähnten, dass Minderjährige problemlos an Alkohol kommen. Vereinzelt thematisierten die Befragten auch den sozialen Druck («peer pressure»), der bei Minderjährigen dazu führt, dass sie Alkohol konsumierten. Auch der relativ **leichte Erwerb von Alkohol an manchen Verkaufsorten** wurde wiederholt angeprangert. Dementsprechend wünschten sich die Befragten mehr Kontrollen an Orten, wo Alkohol billig erhältlich ist. Präventiv würden hohe Preise (in Bars etc.) wirken, denn teure Getränke könnten sich viele Minderjährige oft nicht oder nicht häufig leisten.

« Après, s'ils veulent en trouver, ils vont trouver une solution pour obtenir de l'alcool. Ça c'est sûr. À moins de mettre des difficultés pour en trouver. Moi je crois que la loi c'est une bonne idée, parce que quand tu es adolescent tu vas faire ce que les autres ils font à côté. Donc si les autres à côtés de toi ils boivent de l'alcool, tu vas faire la même chose. Et tu vas finir bourré tous les week-ends et tu vas finir à l'hôpital, voire alcoolique. Je trouve que c'est une bonne loi. »

« Es gibt zwei, drei, die bereits älter sind. Die kommen einkaufen und geben den Alkohol dann weiter. Ihnen müssen wir den Alkohol verkaufen. Was sie vor dem Laden machen, können wir nicht beeinflussen. Aber ich habe ihnen gesagt, dass das nicht ok ist. Die Jungen erwiderten: «Das ist mein Problem. Du musst mir einfach den Alkohol geben, ich bin alt genug». Wir an der Kasse können nichts machen. »

Eine weitere Frage zielte darauf ab, etwas mehr über **Änderungswünsche bezüglich der Gesetzeslage** im Zusammenhang mit dem Jugendschutz und der Umsetzung in der Schweiz zu erfahren. Die Antworten darauf waren sehr vielfältig. Genannt wurden insbesondere **präventive Massnahmen**, wie: *Information an den Schulen; Prävention fortführen; Schulung Personal; Einführung von «intelligenten» Kassen; Abgabe von farbigen Bändeln an Festen; Mitarbeitende des öffentlichen Dienstes in die Lokale schicken; Preispolitik; Ethylometer an Automaten zur Verfügung stellen*. Eine Person merkte an, dass man auf die Veränderung von **Werten** hinarbeiten sollte.

« Peut-être les écoles pourraient faire plus d'intervention à leur âge. Leur montrer les effets de l'alcool. Qu'ils comprennent le sens des limites. Et je pense que plus d'interventions dans les écoles ça pourrait servir aux jeunes avec des intervenants dans le milieu. »

Darüber hinaus wiesen acht Befragte auf die **Eigenverantwortung** der Minderjährigen bzw. die Verantwortung der Eltern hin. Vier Personen erwähnten **repressive Massnahmen**, wie: *mehr Polizeikontrollen; Bussen; Konsumverbot an öffentlichen Plätzen*. Die Nennung präventiver Massnahmen überwog deutlich.

« Es sind die Eltern, die im Zusammenhang mit Alkoholkonsum mit ihren Kindern schauen müssen. »

« Mais je pense que sur la voie publique, peut-être un peu plus de policiers dans les parcs en été pourrait être utile. »

Zusammenfassung und Empfehlungen

Die bestehenden Gesetze im Bereich Alkohol und Schutz Minderjähriger wurden mehrheitlich als sinnvoll beurteilt, auch wenn sich einige Personen eine Heraufsetzung des Mindestalters vorstellen konnten. Die relativ problemlose Erhältlichkeit von Alkohol durch Minderjährige war ein wiederkehrendes Thema unter den Befragten. Die Befragten thematisierten nicht nur die Weitergabe von Alkohol durch Dritte, sondern auch die tiefen Preise von Alkohol oder der lasche Umgang mit Alterskontrollen an einigen Verkaufsorten. Um solchen Problemen zu begegnen, wünschten sich die Befragten vornehmlich präventive Massnahmen.

*Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, **präventive Massnahmen (z. B. Preispolitik) zum Schutz Minderjähriger vor den Folgen des Alkohols noch stärker zu fördern**. Eine **Angleichung des Mindestabgabealters** zur Erleichterung der Kontrollen sollte angestrebt werden. In Bezug auf die Weitergabe von Alkohol durch Dritte könnten Handlungsoptionen für das Service- und Verkaufspersonal in **Schulungsmaterialien** aufgenommen werden. Zur Sensibilisierung der Bevölkerung sollte eine **Kampagne** durchgeführt werden, die auf die Problematik im Zusammenhang mit der Abgabe von Alkohol durch Dritte hinweist.*



4.5 Alkoholttestkäufe

Seit fast 20 Jahren werden in der Schweiz Alkoholttestkäufe durchgeführt. Die Art und Weise der Durchführung von Alkoholttestkäufen variiert sehr stark (Heeb, 2017). Alkoholttestkäufe werden als wirksames und kostengünstiges Instrument angesehen, um im Arbeitsalltag die Umsetzung des Mindestabgabalters von Alkohol zu testen und zu verbessern. Die Testkäufe dienen vor allem der Sensibilisierung und nicht als Mittel der Bestrafung. Ziel ist es, den Dialog und die Schulung des Verkaufspersonals zu fördern.

Die Mehrheit der Befragten hat davon gehört, dass **Alkoholttestkäufe** auf kantonaler Ebene durchgeführt werden, um den Jugendschutz zu stärken. Bei etwas mehr als einem Drittel der Befragten wurden am Arbeitsplatz bereits Alkoholttestkäufe durchgeführt. Davon arbeiteten die meisten im Detailhandel. Fünf Befragte waren unsicher, ob bei ihnen im Betrieb bereits Alkoholttestkäufe durchgeführt wurden (da es oft kein Feedback gibt, wenn man korrekt gehandelt hat). Sechs Personen haben nach eigenen Angaben selber Alkoholttestkäufe erlebt. Davon hat eine Person den Test nicht bestanden, d. h. sie hat aus Versehen während eines kulturellen Anlasses mit grossem Andrang an der Theke Alkohol an Minderjährige abgegeben.

« Das war an einem lokalen Kinder- und Jugendfest. Das ist jeweils sehr stressig. Zwei junge Mädchen standen in der Schlange, ich habe sie schon lange gesehen. Sie haben zwei Panaché bestellt. Da sie jung ausgesehen haben, habe ich viel Citro reingetan, aber den Ausweis kontrolliert habe ich nicht im Stress. Dann kam der Sozialarbeiter. »

Nachdem alle Befragten über die Alkoholttestkäufe aufgeklärt wurden, war eine Mehrheit davon überzeugt, dass sie **sinnvoll** sind und dass Kontrollen dazu führen, dass die Ausweise stärker kontrolliert werden. Verschiedene Aussagen dazu wurden gemacht: es *braucht Alkoholttestkäufe zur Durchsetzung der Gesetze*; man ist *verantwortlich gegenüber den Minderjährigen (d. h. eine Art moralische Verantwortung)*; es *erhöht die Wachsamkeit des Personals*; es *erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Minderjährige nicht versuchen, an Alkohol zu kommen*; es *animiert die Vorgesetzten, die Mitarbeitenden richtig zu schulen*; manche *Betriebe würden zur Umsatzsteigerung Alkohol verkaufen (d. h. Betriebe wie Bars aber auch manche Detailhändler sollten noch stärker kontrolliert werden)*.

« Wenn die nicht gemacht würden, hätte es keine Konsequenzen, und und und. Dann wäre es schlimmer. Testkäufe haben einen Einfluss darauf, ob man die Ausweise kontrolliert, absolut. »

« Wenn es sie nicht geben würde, müsste man das Gesetz auch nicht haben. Denn man würde denken, es gibt keine Testkäufe, also muss ich auch nicht schauen. Gerade gegen Abend, vor Feierabend, würde die Wahrscheinlichkeit steigen, dass man nicht mehr kontrolliert. »

« Das ist wie im Tram, man kauft eher ein Ticket, wenn man weiss, dass Kontrolleure kommen. »

Vier Personen **bezweifelten**, ob Alkoholttestkäufe zu einer Verminderung der Abgabe von Alkohol an Minderjährige führen. Zwei Personen wünschten spontan ein faires Vorgehen (Personen für Testkäufe auswählen, die nicht viel älter aussehen als sie sind; keine Testkäufe zu Zeiten, wo es viele Leute hat). Eine Person erwähnte, dass abgestufte Sanktionen vorzuziehen sind (Verwarnung aussprechen, nur im Wiederholungsfall Busse oder Entlassung). Die ständige Bedrohung, getestet zu werden, führte bei einer Person zu Angst.

« Je pense que cela n'aurait pas d'impact. En tant que citoyenne, je pense qu'on n'aurait pas besoin de ce genre de test car les personnes sont déjà assez attentives sur la vente d'alcool, de cigarettes, etc. »

Im Zusammenhang mit den Alkoholtestkäufen konnten **sprachregionale Unterschiede** festgestellt werden. Unter den deutschsprachigen Befragten waren fast alle Personen den Alkoholtestkäufen gegenüber positiv eingestellt. Vier französisch- und eine italienischsprachige Person erwähnten dagegen, dass Alkoholtestkäufe nicht dazu führen, dass die Ausweise verstärkt kontrolliert werden. Zwei Personen begründeten ihre Zweifel an den Alkoholtestkäufen damit, dass man informiert ist und Alterskontrollen ausreichend sind und es daher Alkoholtestkäufe nicht braucht.

Zusammenfassung und Empfehlungen

Alkoholtestkäufe waren unter den Befragten als Mittel des Jugendschutzes bekannt und wurden als sinnvoll erachtet. Ein Fünftel der Befragten hat solche Testkäufe bereits selber erlebt. Vereinzelt wurde angezweifelt, dass Alkoholtestkäufe zu einer Reduktion des Konsums führen (Umgehung der Gesetze durch die Minderjährigen und Dritte oder durch Betriebe, welche die Gesetze nicht einhalten). Die kritischere Haltung in der französischsprachigen Schweiz rührt möglicherweise von einer unterschiedlichen Praxis in der Umsetzung solcher Testkäufe her oder liegt in der geringeren Verbreitung von Testkäufen im Vergleich zur Deutschschweiz, andere Faktoren könne jedoch nicht ausgeschlossen werden.

*Basierend auf diesen Ergebnissen wird empfohlen, Alkoholtestkäufe weiterhin zu fördern und **gesamtschweizerisch in regelmässigen Abständen an unterschiedlichen Verkaufsorten** durchzuführen. Es kann angenommen werden, dass sie besser akzeptiert werden, wenn ein solches Vorgehen bekannt ist und es eine bestimmte Anzahl trifft (und nicht nur ganz wenige, die sich dann ungerecht behandelt fühlen). Da Minderjährige in der Regel noch über beschränkte finanzielle Mittel verfügen, wäre ein Fokus auf Verkaufsorte wünschenswert, die relativ billig Alkohol anbieten.*



5 Referenzen

- Bundesamt für Statistik (BFS) (2018a). Beschäftigungsstatistik. Abgerufen am 03.12.2018, unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/industrie-dienstleistungen/unternehmen-beschaeftigte/beschaefigungsstatistik.html>
- Bundesamt für Statistik (BFS) (2018b). Schweizerische Gesundheitsbefragung 2017 - Übersicht. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik (BFS), Sektion Gesundheit.
- Eidgenössische Zollverwaltung (EZV) (2018). Alkohol-Testkäufe: Knapp ein Drittel der Verkaufsstellen hält sich nicht an Vorschriften Abgerufen am 18.01.2019, unter <https://www.newsd.admin.ch/newsd/message/attachments/53219.pdf>
- European Commission (2013). A research on alcohol age limit policies in European Member States. Legislation, enforcement and research. Abgerufen am 25.01.2019, unter https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/alcohol/docs/eyes_on_ages_report_en.pdf
- Funke, S., Büchler, T., Mäder, G. & Amacker, M. (2018). Die Auswirkungen von Self-Checkout und Self-Scanning auf die Arbeitsbedingungen, die Gesundheit und das berufliche Selbstverständnis des Verkaufspersonals im Detailhandel. Bern: Interdisziplinäres Zentrum für Geschlechterforschung IZFG der Universität Bern.
- Gmel, G., Kuendig, H., Notari, L. & Gmel, C. (2017a). Suchtmonitoring Schweiz - Konsum von Alkohol, Tabak und illegalen Drogen in der Schweiz im Jahr 2016. Lausanne: Sucht Schweiz.
- Gmel, G., Marmet, S. & Notari, L. (2017b). Suchtmonitoring Schweiz - Wissen und Einstellungen zum Thema Alkohol und Gesundheit in der Schweiz im Jahr 2016. Lausanne: Sucht Schweiz.
- Heeb, J.-L. (2017). Achats tests d'alcool en 2016. Rapport national sur la vente d'alcool aux mineurs. Berne: Régie fédérale des alcools (RFA).
- Kuendig, H., Schweizer, A. & Gmel, G. (2008). Interdiction de vente de produits du tabac aux mineurs dans le canton de Vaud - Evaluation de l'application de la loi relative aux commerces de détail par la technique du client "mystère". Lausanne: Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA).
- Marmet, S. & Gmel, G. (2014). Suchtmonitoring Schweiz - Normen und Werte bezüglich alkoholpolitischer Massnahmen im Jahr 2014. Lausanne: Sucht Schweiz.
- Marmet, S. & Gmel, G. (2016). Suchtmonitoring Schweiz - Werbung für Alkohol in der Schweiz im Jahr 2015. Lausanne: Sucht Schweiz.
- Schelleman-Offermans, K., Roodbeen, R. T. J. & Lemmens, P. H. H. M. (2017). Increased minimum legal age for the sale of alcohol in the Netherlands as of 2014: The effect on alcohol sellers' compliance after one and two years. *The International Journal on Drug Policy* 49, 8-14.
- Van Hoof, J. J. (2017). The effectiveness of ID readers and remote age verification in enhancing compliance with the legal age limit for alcohol. *European Journal of Public Health* 27, 357-359.
- World Health Organization (WHO) (2012). European action plan to reduce the harmful use of alcohol 2012–2020. Copenhagen, Denmark: WHO Regional Office for Europe,.

World Health Organization (WHO) (2018). Raise prices on alcohol through excise taxes and pricing policies. Abgerufen am 18.01.2019, unter https://www.who.int/substance_abuse/safer/r/en/

Wright, A., Smith, K. E. & Hellowell, M. (2017). Policy lessons from health taxes: A systematic review of empirical studies. *BMC Public Health* 17, 583.



6 Anhang

6.1 Facebook-Werbung (Beispiel Deutsch)

**Telefonische Studie**Publié par [?] · 11 septembre 2018 ·

Interviewpartner/-innen gesucht

Sie arbeiten in einer Bar, Pub, Restaurant, Café, Fast-Food, Take-Away, Kiosk, Supermarkt, Lebensmittelladen ...

Anonyme telefonischen Befragung von rund 20 Minuten zum Arbeitsalltag und zum Jugendschutz.

[Voir la traduction](#)



ENQUETE.ADDICTIONSUISSE.CH

Telefonische Studie

Wir sind eine NGO, die im Bereich des...

[En savoir plus](#)

6.2 Interview-Leitfaden

Angaben zur interviewten Person

Ich bräuchte zuerst etwas genauere Angaben zu Ihrer **Arbeitssituation**.

Für **wen oder wo** arbeiten Sie?

Welche **Position** haben Sie? Woraus genau besteht Ihre Arbeit? (*KassiererIn; Arbeit am Tresen; etc.*)

Wie viele **Stunden pro Woche** arbeiten Sie in einer normalen Arbeitswoche?

Befragung

Erzählen Sie mir nun ein wenig von den **Minderjährigen**, die Sie bei Ihrer Arbeit bedienen? Machen sie einen grossen Anteil aus? Kommen sie ganztags oder nur zu bestimmten Zeiten?

Kennen Sie die Altersgrenze, ab welcher Alkohol abgegeben werden darf? Ist es für Sie leicht **verständlich**, welche Art Alkohol in welchem Alter abgegeben werden darf? z. B. Alcopops oder ein «weisser Martini»? [*bei Bedarf Regeln erklären*]

Gibt es an Ihrem Arbeitsort **visuelle Hinweise** auf das Mindestalter für den Kauf von Alkohol? Wie zum Beispiel ein **Plakat** mit den Altersgrenzen?

Wurden Ihnen **Informationen** abgeben oder eine **Schulung** durchgeführt zum Mindestalter für den Alkoholkau? Oder woher kennen Sie die Regelungen?

Wie läuft die **Kontrolle** in ihrem Alltag ab? Welche **Hürden** ergeben sich in ihrem Arbeitsalltag?

[*wenn nötig, konkreter auf drei Dimensionen eingehen:*]

- Ist es für **Sie ein Problem**, nach einem Ausweis zu fragen? [*wenn ja:*] Warum?
- Wie haben die **KundInnen** reagiert? Gab es auch **positive** (resp. **negative**) Reaktionen?
- Oder gibt es Hürden von den **Umständen** bei der Arbeit her? [*keine Zeit; Stress; etc.*]

Falls es einmal vorkommen sollte, dass Sie Alkohol an jemanden ausschenken, der noch nicht konsumieren dürfte und der/die Vorgesetzte würde dies sehen, **wie würde er/sie reagieren**? Würden Sie beispielsweise häufiger kontrolliert?

Was halten **Sie persönlich** von den gesetzlichen Regeln zum Mindestalter im Alkoholbereich?

Haben Sie **Ideen**, wie man den Jugendschutz im Zusammenhang mit Alkohol verbessern könnte? Welche Massnahmen sollten ergriffen werden, um die Regelungen zum gesetzlichen Mindestalter noch besser umzusetzen?



Alkoholtestkäufe

Gab es an ihrem Arbeitsplatz bereits **Alkoholtestkäufe**? Wurden diese intern organisiert oder wurde jemand Externes damit beauftragt? Haben Sie selber solche erlebt? [Wenn ja:] Wie haben Sie die Situation erlebt?

Was halten **Sie persönlich** von Alkoholtestkäufen?

Haben mögliche Testkäufe Einfluss darauf, ob Sie die **Ausweise kontrollieren**?

Schlussfragen

Zum Schluss würde ich Ihnen gerne noch zwei Fragen zu Ihrer persönlichen Situation stellen. Trinken Sie selber manchmal **Alkohol**?

☐ Ja ☐ Nein

Haben Sie **Kinder**? Wenn ja, in welchem Alter:

☐ 0-15 Jahre ☐ 16/17 Jahre ☐ 18 Jahre oder älter

Haben Sie **Anmerkungen** oder **Hinweise** zu dieser Befragung?

Herzlichen Dank für das Interview!

[Fragen, ob Bon von Manor, Coop oder Migros] Zum Schluss bräuchte ich Ihre Adresse, damit wir Ihnen den Bon bis Ende Monat zukommen lassen können. Ihre Angaben werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt, das heisst, sie werden ausschliesslich für den Versand festgehalten.