

Jugendliche vor Alkoholwerbung schützen

- In sozialen Medien wird entgegen dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag in einer für Jugendliche ansprechenden Weise für Bier geworben.
- Social Media-Beiträge bei Instagram stellen den Konsum von Bier für Jugendliche als erstrebenswert dar, normalisieren den Bierkonsum in der Freizeit sowie in sozialen Kontexten und verbinden ihn mit positiven Aspekten, wie Entspannung und Spaß.
- Das untergräbt den Schutz der Jugend vor den Gefahren des Alkoholkonsums.

Bierwerbung auf Instagram – für Jugendliche ansprechend

Soziale Medien werden von Jugendlichen und jungen Menschen in hohem Umfang genutzt.¹⁵ Auf Social Media-Plattformen wie Instagram können Jugendliche Beiträge sehen, die den Konsum von Bier als normales und erstrebenswertes Verhalten darstellen.

Abbildung

Beispiele für jugendaffine Instagram-Beiträge, die den Konsum von Bier normalisieren^{11,12}

Handlungsempfehlungen

Die Politik muss präventive gesundheitspolitische Maßnahmen ergreifen, um Jugendliche vor Alkoholwerbung und den Folgen des Alkoholkonsums zu schützen:

- ▶ Digitale Regulierung und Einschränkungen von werblichen Inhalten für Alkohol in sozialen Medien
- ▶ Flankierende Einführung eines einheitlichen Mindestalters von 18 Jahren für den Konsum aller alkoholischen Getränke



Kontakt für weitere Informationen

Prof. Dr. Ute Mons
Telefon: 06221 42 30 10
E-Mail: who-cc@dkfz.de

Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ)



KINDER
OHNE
ALKOHOL
& NIKOTIN

Dieser Policy Brief unterstützt die Initiative Kinder ohne Alkohol und Nikotin.

Das Deutsche Krebsforschungszentrum hat rund 1000 solcher Beiträge analysiert. Die Beiträge stammten unter anderem von Brauereien, selbsternannten Biertestern und dem Handel.⁹ Über hundert dieser Beiträge waren derart gestaltet, dass sie

potenziell für Jugendliche ansprechend waren. In den Beiträgen wurde Bierkonsum in der Freizeit sowie in sozialen Kontexten als normal dargestellt und mit positiven Aspekten verbunden, wie Entspannung und Spaß.³

3 Gründe, warum der Schutz der Jugend vor den Gefahren des Alkoholkonsums verbessert werden muss

1 Der Jugendschutz wird in sozialen Medien unzureichend umgesetzt

Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) sieht vor, dass Werbung für alkoholische Getränke sich weder an Kinder oder Jugendliche richten noch durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders ansprechen darf.¹⁶

Die Ergebnisse der DKFZ-Studie zeigen, dass auf Instagram der JMStV im Untersuchungszeitraum nicht eingehalten wurde.³ Um Jugendliche wirksam vor Alkoholwerbung zu schützen, sind umfassende, gesetzlich geregelte Werbebeschränkungen notwendig, die alle Formen von Werbung und Marketing sowie alle Kanäle umfassen. Bei Teilbeschränkung weichen die Werbetreibenden auf die unbeschränkten Kanäle aus.^{1,17}

2 Alkoholwerbung in sozialen Medien gefährdet den Jugendschutz

Werbung für alkoholische Getränke fördert erwiesenermaßen den Einstieg Jugendlicher in den Alkoholkonsum und erhöht den Konsum derjenigen, die bereits Alkohol trinken.¹

Abbildung

Beispiel eines Instagram-Beitrags, der den Konsum von Bier auf humorvolle Weise thematisiert¹³



In sozialen Medien fällt es Kindern und Jugendlichen schwer, Werbung als solche zu erkennen.⁸ Die Hersteller nutzen dies aus, indem sie für Jugendliche attraktive Inhalte in sozialen Medien bereitstellen, zum Beispiel durch die humorvolle Darstellung des Bierkonsums.^{3,7}

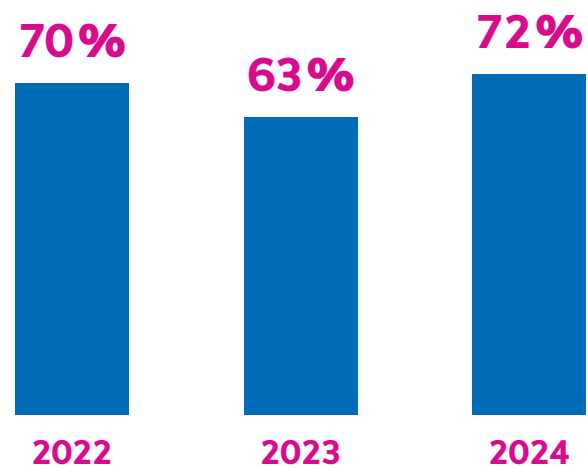
3 Die derzeitigen Altersgrenzen sind unzureichend, um Jugendliche vor Alkohol zu schützen

In Deutschland dürfen Jugendliche ab 16 Jahren Bier und Wein kaufen und trinken, in Begleitung von Erziehungsberechtigten schon ab 14 Jahren.¹⁴ Je früher junge Menschen anfangen zu trinken, desto größer ist ihr Risiko, abhängig zu werden.^{4,10}

Abbildung

Zustimmung zu einem einheitlichen Mindestalter von 18 Jahren für den Erwerb und Konsum von Alkohol nach Erhebungsjahr.⁶
Es wurden jeweils rund 1000 Personen befragt.

Darüber hinaus schadet Alkohol dem sich entwickelnden Gehirn von Jugendlichen.⁵ Das sogenannte „betreute Trinken“ ab 14 Jahren erhöht bei Jugendlichen die Gefahr für Alkoholmissbrauch.² Eine Anhebung des Mindestalters hingegen reduziert bei Jugendlichen und jungen Menschen den Alkoholkonsum und die schädlichen Folgen des Alkoholkonsums.¹ Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung in Deutschland (2024: 72 Prozent) befürwortet ein Mindestalter von 18 Jahren für den Erwerb und Konsum von Alkohol.⁶



Literatur

- 1 Babor TF, Casswell S, Graham K, et al. (2023) Alcohol: No ordinary commodity: Research and public policy. Oxford University Press
- 2 Bailey JA, Le VT, McMorris BJ, et al. (2024) Longitudinal associations between adult-supervised drinking during adolescence and alcohol misuse from ages 25–31 years: A comparison of Australia and the United States. Addict Behav 153: 107984
- 3 Brunswieck R, Heidt C, Mons U, et al. (2025) Die Ansprache von Jugendlichen in werblichen Beiträgen für Bier auf Instagram: Eine qualitative Inhaltsanalyse. Deutscher Suchtkongress 2: Article ID 2178
- 4 Crews FT, Vetreno RP, Broadwater MA, et al. (2016) Adolescent alcohol exposure persistently impacts adult neurobiology and behavior. Pharmacol Rev 68: 1074–1109

- 5 Deutsches Krebsforschungszentrum (2022) Alkoholatlas Deutschland 2022. Pabst Science Publishers, Lengerich
- 6 Deutsches Krebsforschungszentrum (2024) Alkohol ab 18 zur Verbesserung des Jugendschutzes. Policy Brief, Heidelberg
- 7 Doring N & Holz C (2021) Alkohol in sozialen Medien: Wo ist der Platz für Prävention? Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz 64: 697–706
- 8 Enke N, Bigl B, Schubert M, et al. (2022) Studie zu Werbepraktiken und direkten Kaufappellen an Kinder in sozialen Medien. Ein Forschungsprojekt im Auftrag der KJM. https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/KJM/Service/Publikationen/Studien_Gutachten/210811_Abschlussbericht_KJM.pdf (aufgerufen am 4. Februar 2026)
- 9 Heidt C, Ouédraogo N & Schaller K (2024) Werbung für Alkohol auf Instagram in Deutschland. Suchttherapie 25: 81–82
- 10 Hingson RW, Heeren T & Winter MR (2006) Age at drinking onset and alcohol dependence: Age at onset, duration, and severity. Arch Pediatr Adolesc Med 160: 739–746
- 11 Instagram, <https://www.instagram.com/p/C1B9x2Moyig/> (aufgerufen am 23. Januar 2024)
- 12 Instagram, https://www.instagram.com/p/CxDNU_HMQGC/ (aufgerufen am 5. Oktober 2023)
- 13 Instagram, <https://www.instagram.com/reel/C1pv4PwrPQK/> (aufgerufen am 21. Februar 2024)
- 14 Jugendschutzgesetz vom 23. Juli 2002 (BGBl. I S. 2730), das zuletzt durch Artikel 12 des Gesetzes vom 6. Mai 2024 (BGBl. 2024 I Nr. 149) geändert worden ist.
- 15 Koch W (2023) Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023: Soziale Medien werden 30 Minuten am Tag genutzt — Instagram ist die Plattform Nummer eins. Media Perspektiven 26/2023
- 16 Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag — JMStV) in der Fassung des Fünften Staatsvertrages zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Fünfter Medienänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit 1. Oktober 2024.
- 17 World Health Organization Regional Office for Europe (2019) The SAFER technical package: Five areas of intervention at national and subnational levels. Geneva

Impressum

© 2026 Deutsches Krebsforschungszentrum

Herausgeber: Deutsches Krebsforschungszentrum,
Stabsstelle Krebsprävention und WHO-Kollaborationszentrum
für Tabakkontrolle | Im Neuenheimer Feld 280 | 69120 Heidelberg

Zitiervorschlag: Deutsches Krebsforschungszentrum (2026)
Jugendliche vor Alkoholwerbung schützen. Policy Brief, Heidelberg

Gefördert durch: Bundesministerium für Gesundheit

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Gesundheit

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages