

In Andreas Pichlers Dokumentarfilm ›Alkohol - Der globale Rausch‹ entpuppt sich Alkohol als der Blinde Fleck unter den Drogen. Der Film erkundet, warum Alkohol so erfolgreich ist, trotz der massiven volkswirtschaftlichen und gesundheitlichen Schäden. Und wie stark die Industrie Politik und Gesellschaft beeinflusst.

Ein Interview von **SABINE MATTHES** mit:

Daniel Drepper, Journalist, verfasste mit Sanaz Saleh-Ebrahimi für Correctiv die Recherche ›Wie die Alkoholindustrie uns dazu bringt, immer weiter zu trinken‹,

Andreas Pichler, italienischer Dokumentarfilmemacher und Grimme-Preisträger aus Bozen und

Mariann Skar, Generalsekretärin von Eurocare (European Alcohol Policy Alliance), Brüssel



Autor und Filmemacher Andreas Pichler.

© Tiberius Film / EIKON Filmproduktion & Miramonte Film, 2020

Andreas Pichler fasziniert der innere Widerspruch seiner Themen. Er folgte dem Weg eines jungen Jesuiten, der inspiriert durch die Befreiungstheologie von Südtirol nach Bolivien ging, sich einer linken Guerillabewegung anschloss und zum Terroristen wurde. Er hinterfragte die Umstände von Pasolinis Ermordung und nahm dem System Milch seine Unschuld. In seiner neuesten Kinodokumentation ›Alkohol - Der globale Rausch‹ spricht er mit Wissenschaftlern, Ex-Trinkern und Alkoholproduzenten in Europa, Afrika und USA. Das Genussmittel Alkohol entpuppt sich dabei als clevere und europaweit gefährlichste Droge. Alkoholindustrie, Politik und Konsumenten gehen eine Komplizenschaft der Verantwortungslosigkeit ein - mit desaströsen Folgen für die ganze Gesellschaft. Bis zu 60 Milliarden Euro betragen die Folgekosten von Deutschlands größter legalen Drogenparty - jedes Jahr. Über 200 Krankheiten kann Alkohol verursachen. 23 Millionen Menschen in der EU sind alkoholabhängig. Weltweit sterben 3 Millionen Menschen jährlich an den Folgen des Alkoholkonsums, »alle 10 Sekunden ein Mensch. Das sind mehr als durch Verbrechen, Verkehrsunfälle und illegale Drogen zusammen«, heißt es im Filmabspann. Warum ist Alkohol dennoch so erfolgreich? Welche Rolle spielen Industrie und Politik dabei? Das erkundet der Film.

Sabine Matthes: Herr Pichler, Sie mögen John Cassavetes alkoholreiche Filme, trinken selbst gern und haben nichts gegen Drogen. Warum hat Alkohol Sie als Filmthema gereizt?

Andreas Pichler: Ich habe vor einigen Jahren gemerkt, dass ich Alkohol nicht mehr so gut vertrage und bei einigen Selbstversuchen gemerkt, dass es gar nicht so einfach ist, auf Alkohol zu verzichten - vor allem sozial. Aber auch, was die eigenen Gewohnheiten anbelangt. Als ich dann bei den ersten Recherchen herausgefunden habe, welche enormen Folgekosten der Alkoholkonsum für die Gesellschaft hat, hat mich das Thema gefesselt.

Also vor allem dieser sozialpolitische Aspekt, wie bei fast allen meinen Filmen. Dieser Widerspruch oder auch der blinde Fleck: wir wissen, dass Alkohol schädlich ist. Die meisten Politiker wissen wie hoch die Folgeschäden und Folgekosten für die Gesellschaft sind, aber wir machen dennoch fast nichts dagegen. Wie ist das möglich?

Was hat Sie am meisten beeindruckt auf Ihrer Forschungsreise?

Andreas Pichler: Die hemmungslose Alkohol Werbung in Nigeria, wo auch Prostituierte eingesetzt worden sind, um Bier Marken zu promoten, war sicher eines der tiefgreifendsten Erlebnisse. Aber auch die Erkenntnisse in vielen Gesprächen, wie relativ schnell, wenn mehrere Umstände zusammenkommen – vor allem bei Frauen –, eine Alkoholabhängigkeit entstehen kann. So wie bei Sarah, der 25-jährigen Protagonistin im Film.

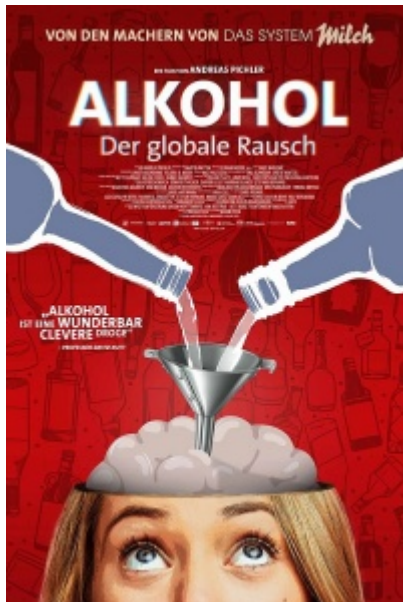


Oktoberfest© Tiberius Film / EIKON Filmproduktion & Miramonte Film, 2020

Deutschland habe insgesamt ein Alkoholproblem, sagt Raphael Gaßmann von der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen. Der durchschnittliche Alkoholkonsum von 10 Litern reinem Alkohol pro Kopf und Jahr sei derart hoch und gesundheitsschädlich, dass sich die »Alkoholgesellschaft« versichern müsse, sie trinke »nur« ein »Lebensmittel«, ein »Genussmittel«. Indem sie andere Substanzen negativ als »Drogen« stigmatisiere, entlaste sie sich von der möglichen Problematik ihres Alkoholkonsums. Wo steht Deutschland im internationalen Ranking der Alkohol Hotspots?

Andreas Pichler: Der weltweit höchste pro Kopf-Konsum ist nach wie vor in einigen Ländern Osteuropas zu finden. In Russland sinkt er rapide, da bei den jungen urbanen Menschen Alkohol nicht mehr so angesagt ist. Doch Länder wie Moldawien oder die Ukraine rangieren noch immer an oberster Stelle. Relativ bald danach stehen Länder wie Deutschland, Österreich oder Frankreich und England; noch vor den skandinavischen Ländern, die traditionsgemäß einen problematischen Umgang mit Alkohol hatten, aber durch die strengeren Regelungen und intensive Präventionsarbeit das Thema besser in den Griff bekommen.

Man darf nicht vergessen: Deutschland ist ein intensives Alkohol-Produktionsland. Bier, Wein, Superalkoholika, alles wird hier produziert. Das heißt, die Lobby ist groß; der relativ freizügige Umgang mit Alkohol hat System. Das zeigen ja auch mehrere Beispiele in meinem Film.



Ihr Gesprächspartner Prof. David Nutt, Neuropsychopharmakologe am Imperial Collage in London, stuft Ecstasy als weniger gefährlich ein als den britischen Volkssport Reiten - und Alkohol als die europaweit gefährlichste Droge. Er untersuchte die Schäden, die durch Drogen verursacht werden, anhand einer neuen Skala. Danach gibt es 16 Arten, wie eine Droge Schaden anrichten kann: Neun Arten betreffen den Konsumenten (Tod, Schädigung des Körpers, Abhängigkeit ...) und sieben Arten sind Schäden, die der Gesellschaft zugefügt werden. Es kam heraus, dass die Schäden, die die gesamte Gesellschaft durch Alkohol erleidet (Verkehrsunfälle, Gewalt, Kindesmissbrauch, Arbeitsausfall, enorme Kosten für Gesundheitssystem und Polizeiwesen ...), verglichen mit jeder anderen Droge, massiv sind. Sein Vorschlag, die Drogenpolitik hauptsächlich auf Alkohol zu konzentrieren und sein vehementer Einsatz für eine wissenschaftsbasierte Gesetzgebung kosteten ihn seinen Job als Drogenberater der britischen Regierung. Sind seine Studien ein Game Changer?

Andreas Pichler: David Nutt ist nicht nur ein wahnsinnig spannender Gesprächspartner beim Thema Drogen und Alkohol, sondern eine Koryphäe in seinem Gebiet. Seine Studien sind bahnbrechend. Nicht unbedingt ein Game Changer, denn an der britischen oder europäischen Alkoholpolitik hat sich noch nicht viel verändert, aber das ist nur eine Frage der Zeit. Er hat durch seine Entlassung noch mehr Aufmerksamkeit bekommen und sein eigenes Institut am Imperial College in London.

Ihre schöne Heimat Südtirol - mit einer jahrhundertealten Weinkultur, wo Wein als Lebenselixier gilt - wird von Ihren Interviewpartnern quasi zum riesigen »Drogenanbaugebiet« erklärt. Demnach müssten Drogenkriege sich nicht nur gegen Schlafmohnbauern in Afghanistan richten, sondern womöglich auch gegen Weinbauern in Südtirol. Andererseits scheint der Alkohorsektor für unsere Wirtschaft und den Exportmarkt der EU sehr wichtig?

Andreas Pichler: Das Umsatzvolumen des Alkohorsektors weltweit ist mit dem der Autoindustrie vergleichbar; Tendenz steigend. Europa ist einer der wichtigsten - wenn nicht sogar der wichtigste - Alkohol Produktions-Standort der Welt. Dann können Sie sich vorstellen, welche Bedeutung Alkohol als Exportmarkt hat; zumal der Konsum in Europa eher sinkt, während er in sogenannten Schwellenländern steigt.

Mehrere Milliarden Dollar geben die Konzerne jährlich für Alkoholwerbung aus. Freddy Heineken sagte immer: »Die Leute trinken nicht Bier. Sie trinken Marketing.« Worum geht es bei Ihrem Beispiel vom Liverpool Hopfen?

Andreas Pichler: In einem Gewächshaus der Firma Carlsberg in Kopenhagen hat man in die Erde aus dem Liverpool Stadion Hopfenpflanzen gesetzt und diese dann über Monitore und Boxen mit Bildern und Sounds aus dem Stadion beschallt. Daraus wurde dann eine Liverpool-Spezial Edition von Carlsberg Bier gebraut. Man muss wissen, Carlsberg war lange Zeit Sponsor von Liverpool. Die Geschichte ist für mich ein Beispiel, welche Absurditäten sich die Bierkonzerne einfallen lassen, um ihre Produkte zu vermarkten.

Alkohol und Fußball ist eine toxische Allianz. Sie gebiert Gewaltexzesse, Verwüstungen und teure Polizeieinsätze, wie bei keinem anderen Sport. Bei der Fußball-WM 1998 fielen betrunkene deutsche Hooligans wie tollwütige Tiere über den 44-jährigen französischen Polizisten Daniel Nivel her. Sie zertrümmerten mehrfach seinen Schädel und sein Gesicht und nahmen ihm für immer die Fähigkeit, mit anderen Menschen zu kommunizieren. Wie skrupellos ist so ein Geschäftsmodell, wo Alkoholkonzerne, Fußball Clubs und Fans ihre Interessen auf Kosten Dritter ausleben?

Andreas Pichler: Ich denke Bier und Fußball, das ist eine uralte perfekte Kombination. Sie hat viel mit dem Wunsch nach Archaik und Rausch zu tun, die man ja unter Umständen im Fußballstadion empfinden kann. An dieser Erzählung wird immer noch weitergesponnen, wenn auch mit einigen Einschränkungen was den Verkauf von Bier in den Stadien anbelangt. Wie viel Geld da im Spiel ist, zeigt die Tatsache, dass bei den WM-Spielen die Firma Budweiser, seit Jahren einer der Haupt-Sponsoren der Fußball WM, durchgesetzt hat, dass die nationalen Einschränkungen bezüglich Verkaufs von Bier in Stadien während der WM weitgehend außer Kraft gesetzt werden.

Herr Drepper, wie viele Opfer und welchen volkswirtschaftlichen Schaden verursacht Alkohol in Deutschland?

Daniel Drepper: Verschiedenen Studien zufolge kostet der übermäßige Konsum von Alkohol die deutsche Gesellschaft jedes Jahr bis zu 60 Milliarden Euro. Darin enthalten sind 18 Milliarden Euro Schmerzensgeld, die die Branche nach Schätzung der Forscher Betroffenen zahlen müsste, wenn sie für die Folgen von Alkohol haftbar gemacht werden könnte. Die Kosten werden natürlich von der Allgemeinheit getragen, etwa über die Beiträge zur Krankenversicherung. Nicht weniger als zehn Millionen Deutsche riskieren laut Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung durch übermäßiges Trinken ihre Gesundheit. Jeden Tag sterben in Deutschland angeblich rund 40 Menschen an den Folgen von Alkohol – also Opfer von Verkehrsunfällen oder an gesundheitlichen Folgen.

Zum Vergleich: Deutschlands Verteidigungsetat 2020 betrug 45 Milliarden Euro und 4 Soldaten starben. Was die Frage provoziert: Widerspricht es nicht dem staatlichen Schutzauftrag, wenn die Selbstzerstörung der Bevölkerung teurer kommt, als deren Verteidigung?

Daniel Drepper: Dazu kann ich persönlich nichts sagen. Solche Vergleiche finde ich schwierig. Ich habe zum Thema recherchiert, aber die politischen Schlüsse und Bewertungen müssen andere daraus ziehen.

Die WHO empfiehlt 3 Präventions-Maßnahmen als besonders wirksam und gerecht: Alkoholsteuer erhöhen, Alkoholwerbung und ständige Verfügbarkeit beschränken. Die Alkoholsteuer soll so weit angehoben werden, dass die Konsumenten den volkswirtschaftlichen Schaden den sie anrichten selbst tragen und diese Steuer dem Gesundheitssystem zugutekommt. Das Verursacherprinzip, das in der Umweltpolitik gilt, soll auch in der Gesundheitspolitik gelten. Warum klappt das nicht in Deutschland? Ihre Recherchen haben aufgedeckt, dass der Einfluss der Alkoholindustrie auf die Politik so massiv ist, dass Präventionsmaßnahmen verhindert werden. Wie funktioniert das? Warum stehen die Interessen der Alkoholindustrie über dem Gesundheitsschutz?

Daniel Drepper: In unseren Recherchen für das gemeinnützige Recherchezentrum ›Correctiv‹ und das ZDF konnten wir zeigen, dass es enge Verbindungen zwischen der Alkoholindustrie und der Bundesregierung gibt. Ein gutes Beispiel ist eine Arbeitsgruppe, die das Ziel hatte, den Alkoholkonsum zu senken. Die Experten in der Gruppe hatten klare Lösungsvorschläge gemacht, die dem wissenschaftlichen Stand entsprachen, wurden aber von den beteiligten Ministerien – vor allem dem Wirtschafts- und dem Ernährungsministerium – gebremst. Wir konnten zudem mithilfe des Informationsfreiheitsgesetzes Kommunikation zwischen der Alkoholindustrie und dem Wirtschaftsministerium offenlegen. Dort haben wir genau die Forderungen gefunden, die das Ministerium dann in die Arbeitsgruppe getragen hat. Ein gutes Beispiel, das zeigt, wie die Industrie durch Druck auf die Regierung eigentlich sinnvolle Maßnahmen verhindert.

Herr Pichler, Länder wie Island machen es besser. Was haben Sie dort erlebt?

Andreas Pichler: In Island war die Situation am Ende der 1990er Jahre was den Alkohol- (und auch sonstigen Drogen-) Konsum bei jungen Jugendlichen anbelangt, dermaßen problematisch und die klassischen Präventions-Maßnahmen derart erfolglos, dass man einen gesellschaftlichen Konsens darin gefunden hat, das Thema auf neuartige und umfassende Weise anzugehen. Das mittlerweile international renommierte »Isländische Modell« ist wissenschaftlich und sehr community-based zugleich. Für jeden Ort werden eigene Lösungsansätze auf der Basis ausgefeilter Fragebögen Analysen bei den Jugendlichen gesucht.

Herr Drepper, Sie sagen: »Der Alkohol kämpft einen Kampf, den die Tabakindustrie vor 20, 30 Jahren verloren hat – der Alkohol aber noch nicht. Sein Image ist immer noch einigermaßen in Takt.« Was muss passieren, damit es kippt? Marlboro-Cowboys starben an Lungenkrankheiten. Zigarettenpackungen müssen heute Schockbilder haben. Tabakkonzerne wurden in den USA von Einzelklägern zu Entschädigungszahlungen über 100e Millionen Dollar verdonnert – weil sie wissentlich gesundheitsschädigende Produkte verkauft hätten, die abhängig machten und deren Konsum tödliche Folgen haben könne. Droht Alkoholkonzernen dasselbe? Sind solche Verbraucherschutzklagen notwendig für einen Bewusstseinswandel? Sind sie, wie auch beim VW-Abgasbetrug, in den USA leichter zu gewinnen, als hier?

Daniel Drepper: Was passieren muss, dass sich das Image von Alkohol in der Bevölkerung ändert, kann ich nicht bewerten. Es ist aber eindeutig, dass hohe Entschädigungszahlungen wie die der Tabakindustrie oder auch aktuell bei Monsanto so nur in den USA und nicht in Deutschland möglich sind. Sollten Verbraucher den Wandel also über diesen Weg erzwingen wollen, wäre das wohl am ehesten in den USA möglich und nicht hier.

Herr Pichler, sind die Alkoholkonzerne bereits nervös? Wie verliefen Ihre Gespräche?

Andreas Pichler: Die Alkoholindustrie war im Prinzip nicht zugänglich. Die ganz großen Konzerne wollten mit uns nicht sprechen. Die einzige Ausnahme war Carlsberg in Dänemark, die sich als die kleinen der großen empfinden.

Anheuser Busch Inbev, der größte Bierkonzern der Welt, zu dem auch viele der großen deutschen Marken, wie Becks, Franziskaner oder Löwenbräu gehören, hat uns sogar die bereits mit einem Wirt beim Oktoberfest fest geplanten Dreharbeiten untersagt. (Die Lizenzen gehören beim Oktoberfest nicht dem Wirt, sondern der Brauerei). Die Konzerne haben in Europa und den USA im Moment große Angst davor, so zu enden wie die Tabakindustrie.



Zukunftsmarkt für Bier: Nigeria in Afrika © Tiberius Film / EIKON Filmproduktion & Miramonte Film, 2020

Tabak- und Alkoholkonzerne weichen in Entwicklungsländer aus. Sie haben Nigeria besucht – einen der größten Wachstumsmärkte im globalen Alkohol Geschäft. Warum ist Afrika für die Bierindustrie besonders vielversprechend?

Andreas Pichler: Afrika ist für die Alkohol Konzerne so wie andere Schwellenregionen besonders interessant, weil das enorme Wachstumsmärkte sind. Wir in Europa trinken ja tendenziell immer weniger, während in diesen Schwellenregionen das westliche Lebensmodell, zu dem auch Alkohol gehört, angesagt ist. Mit steigendem Wohlstand können sich die entstehenden Mittelschichten diesen auch leisten.

Außerdem gibt es in Ländern wie Nigeria so gut wie keine Regeln, was Marketing und Verkauf anbelangt. Das heißt die Konzerne können dort machen, was sie wollen.

Sabine Matthes: Ihr Interviewpartner Olivier van Beemen wirft in seinem Buch ›Heineken in Afrika‹ (2019) Heineken quasi-koloniale Geschäftsgebaren vor. Das Buch des holländischen Journalisten ist das Resultat aus über 400 Interviews, Besuchen in 13 afrikanischen Ländern und 6 Jahren Nachforschung. Er deckte unter anderem Komplizenschaft bei Verbrechen gegen die Menschlichkeit in Burundi auf; Zusammenarbeit mit gewalttätigen Rebellen während eines Bürgerkriegs im Kongo; eine wichtige Rolle beim Genozid 1994 in Ruanda, wo Heineken wusste, dass sein Bier dazu diente, die Killer zu motivieren und belohnen. Und den Einsatz von »Promotionsfrauen« ähnlich wie Prostituierte – wovon auch Ihr Film berichtet. Es ist zu befürchten, dass diese Methoden, wie Alkoholkonzerne Geschäfte in Afrika machen, typisch sind.

Der amerikanische Kognitionspsychologe Harvey Milkman erklärt im Film, jede Kultur kenne eigene Wege zur Bewusstseinsveränderung. Weil wir uns durch die Einsicht, das unser Leben endlich ist, nach einer anderen Dimension des Erfahrens sehnen. Sie haben in Colorado eine »Natural Highs« Gruppe besucht. Was macht die?

Andreas Pichler: Ich finde den Ansatz von »Natural Highs« extrem spannend. Der besagt im Grunde, dass

wir alle Botenstoffe in unserem Körper selber produzieren und stimulieren. Also auch z. B. die sogenannten Glückshormone Dopamin und Serotonin. Durch die entsprechende körperliche und geistige Stimulierung können wir daher unsere Stimmungen und Emotionen unmittelbar verändern; mittels dieser körpereigenen Drogen.

Beim Konsum von Drogen wie Alkohol geht es ja fast immer darum, uns in einen anderen emotionalen Zustand zu versetzen. Zu wissen, dieses Ziel auch anders erreichen zu können durch körperliche Tätigkeiten (Laufen, Meditieren, Klettern, Liebe machen ...) in Kombination mit der entsprechenden Sensibilität und dem Bewusstsein dafür, finde ich faszinierend.

Interessanterweise finden gerade viele Jugendliche diesen Ansatz spannend. So wie das Avani Dilger, die ursprünglich aus Augsburg stammt, in Colorado praktiziert, lernen die Jugendlichen dabei wahnsinnig viel über die Natur ihrer emotionalen und psychischen Schwankungen, und wie sie besser damit umgehen können (ohne Drogen zu nehmen).

Zurück nach Europa: Frau Skar, wie viele Opfer und welchen volkswirtschaftlichen Schaden verursacht Alkohol in Europa?

Mariann Skar: Laut WHO Europa sterben etwa 300.000 Menschen pro Jahr oder 800 jeden Tag an alkoholbedingten Schäden in der EU/EEA. Innerhalb WHO Europa sind die Zahlen viel höher, etwa eine Million Menschen sterben jedes Jahr an alkoholbedingten Schäden. Verkehrsunfälle, die auf Alkohol zurückgehen, sind ein großes Problem in der EU. 2018 starben auf Europas Straßen 25.150 Menschen und 25% aller Verkehrstoten sind alkoholbedingt. Wenigstens 5.000 Tote wären verhindert worden, wenn alle Fahrer nüchtern gewesen wären.

Der finanzielle Verlust innerhalb Europas ist massiv, laut WHO wurde er auf etwa 155 Milliarden Euro pro Jahr geschätzt.

In Europa war man jahrhundertlang auf Bier und Wein zum Trinken und Kochen angewiesen, weil Trinkwasser schmutzig und mit Keimen verseucht war. Benebelt vom Alkohol verharrte die Gesellschaft in einem dunklen Zeitalter und entwickelte sich kaum weiter. Kurz vor der Französischen Revolution kam der Kaffee nach Europa, wie ein geistiges Aufputzmittel. In den Pariser Kaffeehäusern entfachte er einen frischen, leidenschaftlichen Geist des Widerstands, der Revolution, der Aufklärung, der Vernunft, der Menschenrechte und der systematischen Naturwissenschaften – wie er im Dunst der Wein- und Bier-Spelunken kaum entstanden wäre. Warum weht über Europa trotzdem bis heute – wie ein bizarrer Atavismus aus dem Mittelalter – eine so starke Alkoholfahne?

Mariann Skar: Europa ist die Region in der Welt mit dem höchsten Alkoholkonsum. Alkohol wird in vielen europäischen Ländern intensiv vermarktet, ist leicht verfügbar und billig. Aber Trinkkulturen ändern sich mit der Zeit, sehr oft durch politische Schritte. Frankreich ist dafür ein gutes Beispiel, der Konsum ging von 26 Litern 1961 runter auf heute 11,5 Liter. Frankreich hat bezüglich Alkohols einige Regulierungen eingeführt wie das Evin-Gesetz (strenge Alkohol-Marketing Regulierungen), das 1991 eingeführt wurde, und seit 2007 das Logo das Schwangere vor dem Trinken warnt. Italien folgte demselben Modell und heute trinken Italiener etwa 7,5 Liter. Norwegen hat strenge Alkoholpolitik Regulierungen einschließlich der WHO »3 Best buys« – Marketing Verbot, hoher Preis und ein Alkohol Monopol – Norweger trinken etwa 6,5 Liter pro Jahr. Der Konsum von Alkohol ändert sich mit der Zeit und es ist nicht gegeben, dass Europa an der Spitze bleiben wird. Mehr Länder setzen strengere Regeln in Kraft um alkoholbedingte Schäden zu verhindern und reduzieren, wie Estland, Litauen, Schottland und Irland. Hoffentlich werden mehr Länder folgen.



Bar in Liverpool © Tiberius Film / EIKON Filmproduktion & Miramonte Film, 2020

Was verhindert die Durchsetzung effektiver Präventionsmaßnahmen? Wie beeinflusst die Alkoholindustrie Europas Gesundheitspolitik?

Mariann Skar: Die Durchsetzung effektiver Präventionsmaßnahmen liegt in der Verantwortung unserer Politiker in Europa. Sie müssen ihre Themen wählen und sind abhängig, wieder gewählt zu werden. Die Alkoholindustrie ist in vielen europäischen Ländern ein großer Arbeitgeber. Frankreich aber tut beides, ist ein großer Wein Produzent und hat gute Alkohol Präventionsmaßnahmen eingeführt - ich bin also hoffnungsvoll für die Zukunft.

Ja, die Alkoholindustrie ist sehr präsent in Brüssel und folgt den politischen Diskussionen genau. Sie hat viel mehr finanzielle Mittel als jeder Gesundheitsvertreter oder die Zivilgesellschaft und kann deswegen viel besser Einfluss nehmen. Wir sind also abhängig von Transparenz, wenn es darum geht, wer trifft wen und wie oft, und von Politikern und Entscheidungsträgern die sich die Zeit nehmen allen Interessengruppen zuzuhören.

Wofür steht die European Alcohol Policy Alliance?

Mariann Skar: Die European Alcohol Policy Alliance (EUROCARE) ist eine Allianz aus nicht-Regierungs- und öffentlichen Gesundheits-Organisationen mit 52 Mitgliedsorganisationen über 21 europäische Länder und Kalifornien, einschließlich acht internationalen Organisationen, die für die Vorbeugung und Reduzierung von alkoholbedingten Schäden eintreten. Die Organisation wurde 1990 mit neun Mitgliedsorganisationen gegründet, als es wachsende Bedenken gab, welche Folgen ein gemeinsamer Markt auf die nationale Alkoholpolitik hat. Die Anerkennung der Wichtigkeit von Gesundheitsfragen ist seitdem auf der europäischen politischen Agenda nach oben gerückt.

Die Mitgliedsorganisationen machen Empfehlungen und Forschung, sie stellen Informationen und Schulungen zu Alkohol Themen zur Verfügung, und Hilfe für Menschen, deren Leben von Alkoholproblemen beeinträchtigt ist.

Eurocares Vision ist ein Europa, wo alkoholbedingte Schäden nicht länger zu den größten Risikofaktoren für schlechte Gesundheit und vorzeitigen Tod gehören. Wo europäische Entscheidungsträger den durch Alkohol angerichteten Schaden erkennen und effektive und umfassende Maßnahmen dagegen ergreifen. Eurocare ist anerkannt als die führende europäische öffentliche Gesundheitsorganisation für Alkohol-bezogenen Dialog und Maßnahmenentwicklung.

Wir haben die Prävention von alkoholbedingten Schäden als Teil des Europe Beating Cancer Plan etabliert. Wir sind aktiver Partner von WHO Europa und WHO Genf zu Alkohol. Und haben die Kennzeichnungen von alkoholischen Getränken hoch auf die politische Agenda gebracht.

Spektakuläre Gerichtsurteile, wie gegen den Ölmulti Shell, machen Ernst mit der Klimapolitik. Klima- und Gesundheitsschutz haben derzeit höchste Priorität. Die Corona Pandemie hat riesige Löcher in den Staats- und Krankenkassenhaushalt gerissen. Es scheint der perfekte Zeitpunkt, Alkoholkonzerne für die von ihnen verursachten enormen volkswirtschaftlichen Schäden – entsprechend dem Verursacherprinzip – vor Gericht zu bringen und sie dafür zahlen zu lassen?

Mariann Skar: Gemäß dem Verursacherprinzip? Gute Frage. Ich glaube, die meisten Europäer sehen Alkohol nicht im Sinne von Schäden wie durch Umweltverschmutzung oder Tabak. Alkohol hat ein positives Image, Partys, Feiern und ist sogar Teil religiöser Zeremonien. Noch wichtiger – die Zivilgesellschaft, die daran arbeitet alkoholbedingte Schäden zu verhindern oder reduzieren, hat viel weniger Geldmittel als die Umweltorganisationen.

Wir hatten Vorschläge, Ländern wie Thailand zu folgen, die eine 2 % Extra-Steuer auf alle Alkoholprodukte einführten, die in Prävention flossen – aber soweit ich weiß, wurde das nicht in Europa gemacht.

Eurocare wollte die Regierungen vor Gericht bringen, weil sie nicht dafür sorgen, dass die Bevölkerung über die Inhaltsstoffe von Alkohol informiert ist und über die Gefahren des Produkts auf dem Label. Leider haben wir bis jetzt keine Anwälte gefunden, die das pro bono machen. Wir können nicht, wie Umweltorganisationen, Industrie oder Regierungen vor Gericht bringen. Wir haben viel zu wenig Leute und Finanzierung. Als eine europäische Dachorganisation haben wir 2,4 Stellen, die an Richtlinien und Projekten arbeiten. Zum Glück haben wir viele gute Mitglieder mit mehr Mitteln auf nationaler Ebene.

| [SABINE MATTHES](#)

Ausstrahlungstermine

| [>Alkohol - Der globale Rausch<](#) auf ARTE am Dienstag, 1. Juni 2021 um 20:15 Uhr

| Abrufbar in der [ARD-Mediathek](#)