

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer
t +49 (0) 521 9257 687
f +49 (0) 521 9257 333
e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com

Alkoholkonsum in der Europäischen Union - Junge Europäer trinken weniger häufig, dafür aber mehr auf einmal

TNS Polling & Social Facts and Figures – EUROBAROMETER

Berlin/London, 26. April 2007 – Zwei Drittel der EU-Bürger haben laut einer Eurobarometer-Umfrage in dem der Umfrage vorausgehenden Monat alkoholische Getränke zu sich genommen (66 Prozent), davon gaben sieben von zehn Bürgern an, mindestens einmal wöchentlich alkoholische Getränke konsumiert zu haben (69 Prozent). Am häufigsten genehmigten sich Dänen (84 Prozent), Holländer (81 Prozent) und Schweden (76 Prozent) mindestens ein Gläschen pro Monat, am seltensten Malteser (52 Prozent), Ungarn (48 Prozent) und Bürger aus dem türkischen Teil Zyperns (28 Prozent). Die Deutschen rangieren im oberen Mittelfeld (71 Prozent). Das sind die Ergebnisse der von TNS Opinion für die Europäische Kommission durchgeführten Spezial Eurobarometer-Umfrage, an der im Februar 28.500 Bürger in den 27 Mitgliedsstaaten, in Kroatien und im nicht von der zyprischen Regierung kontrollierten Nordzypern teilnahmen.

Eine Mehrheit der europäischen Bürger nimmt beim Konsum alkoholischer Getränke monatlich durchschnittlich bis zu zwei Gläser zu sich (59 Prozent). Bei der Häufigkeit und Intensität des Alkoholkonsums zeigen sich deutliche Unterschiede von Land zu Land. Von den 56 Prozent Alkoholkonsumenten in Portugal trinkt fast jeder zweite (47 Prozent) täglich alkoholische Getränke, dann allerdings normalerweise nur ein Glas (69 Prozent). Dagegen trinken die meisten Iren (60 Prozent) maximal ein Mal wöchentlich Alkohol. 36 Prozent nehmen dann aber gleich 3 bis 4 Gläser zu sich und weitere 34 Prozent 5 oder mehr. Es folgen Finnland, Großbritannien und Dänemark, wo 27 Prozent, 24 Prozent bzw. 23 Prozent erklären, mehr als 4 Gläser auf einmal zu trinken. Mit einem Glas Alkohol bewenden lassen es dagegen vor allem viele Bulgaren (25 Prozent), Deutsche (19 Prozent), Letten (18 Prozent), Litauer (18 Prozent), Zyprioten (18 Prozent), Italiener (17 Prozent) und Luxemburger (17 Prozent).

Soziodemografisch betrachtet trinken Frauen weniger als Männer und jüngere Befragte seltener als Ältere. 53 Prozent der Männer gaben an, durchschnittlich mindestens zweimal wöchentlich Alkohol zu trinken, gegenüber nur 34 Prozent der Frauen. Drei von zehn Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren erklärten, mindestens zweimal pro Woche Alkohol zu trinken, verglichen mit 58 Prozent der über 55-Jährigen, von denen zudem mehr als ein Viertel angab, täglich Alkohol getrunken zu haben. Ältere scheinen eher Genießer zu sein: von den über 55-Jährigen gab zwar eine Mehrheit an, täglich Alkohol zu trinken, sie belassen es aber häufiger (66 Prozent) als andere Gruppen bei einem, maximal zwei Glas.

So erfreulich die Tatsache ist, dass Junge seltener Alkohol trinken als Ältere, so besorgniserregend ist andererseits die Intensität des Alkoholkonsums in der jüngeren Altersgruppe. Insbesondere jüngere Befragte und Studenten neigen dazu, durchschnittlich größere Mengen (3 - 4 oder mehr Gläser) Alkoholika zu sich zu nehmen. Und während zehn Prozent der Europäer für gewöhnlich mindestens 5 Glas pro Anlass trinkt, liegt dieser Anteil bei den unter 25-Jährigen und Studenten doppelt so hoch (19 Prozent bzw. 17 Prozent).

Der Eurobarometer-Bericht ist seit Februar 2007 unter http://europa.eu.int/comm/public_opinion/index_en.htm veröffentlicht.

Die Europäische Kommission hat Daten dieses Berichts seit seiner ersten Veröffentlichung den betreffenden Medien zur Verfügung gestellt. Soweit uns bekannt ist, wurden die in der beiliegenden Pressemitteilung genannten Ergebnisse nicht veröffentlicht.

Haftungsausschluss

Die Ergebnisse beruhen auf einer von TNS Opinion & Social in der Zeit vom 6. Oktober bis 8. November 2006 durchgeführten Umfrage mit insgesamt 28.584 persönlichen Interviews in den 25 Mitgliedstaaten der EU, in den beiden Beitrittsländern (Bulgarien und Rumänien), einem der beiden Kandidatenländer (Kroatien) und in der türkisch-zypriotischen Gemeinschaft. Alle in der oben stehenden Mitteilung besprochenen Daten basieren auf den Meinungen der befragten Personen. TNS steht nur für die Daten, die veröffentlicht wurden, und in dem Kontext, in dem wir sie präsentiert haben, sowie für unsere eigene Interpretation dieser Ergebnisse ein. Für davon abweichende Interpretationen können wir keine Verantwortung übernehmen.

Informationen zu TNS

Die Marktforschungsgruppe TNS ist das weltweit größte Unternehmen für kundenspezifische Marktforschung und ein führender Anbieter von Umfragen zu gesellschaftlichen und politischen Problemstellungen. Darüber hinaus gehört TNS zu den größten Anbietern von Verbraucher-Panelen, TV-Einschaltquotenmessungen und Media-Intelligence-Services. TNS beschäftigt mehr als 13.000 Angestellte in einem globalen Netzwerk, das 70 Länder umfasst. Das Unternehmen stellt lokalen und multinationalen Unternehmen und Einrichtungen Marktforschungsdaten und Marktmessungen zur Verfügung, vermittelt Einblicke und führt Analysen durch. TNS verbindet das Fachwissen in Spezialbereichen mit einer umfassenden Kompetenz in den Bereichen Neuproduktentwicklung, Motivationsforschung, Marken- und Werbeforschung und Stakeholder Management, um seinen Kunden stets hochaktuelle und international gültige Daten liefern zu können.

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Kontakt und weitere Informationen:

Richard Hilmer
TNS Infratest Sozialforschung GmbH
t +49 (0)30 53322 113
e richard.hilmer@tns-infratest.com

Marita Carballo
Global Head of TNS Opinion & Social
t +44 (0) 7739 856 902
e marita.carballo@tns-global.com