

PRESSEMITTEILUNG

Wie wirkt sich die Krise auf den Alkoholkonsum aus?

Internationale YouGov-Umfrage zum Verbraucherverhalten während des Lockdowns

London/Berlin, 3. Juni 2020. Die möglichen Auswirkungen von Ausgangsbeschränkungen und Gaststätten-Sperrungen auf den Alkoholkonsum der Menschen haben Wissenschaft, Politik und Medien in den vergangenen Wochen intensiv beschäftigt. In verschiedenen Ländern laufen hierzu Studien, Ergebnisse stehen noch aus. Nach einer Erhebung des Meinungsforschungsinstituts YouGov im Auftrag der IARD unter mehr als 11.000 Befragten in neun Staaten, darunter Deutschland, gaben 84 Prozent der Bürgerinnen und Bürger an, während des Corona-Lockdowns gleichviel oder sogar weniger Alkohol als üblich zu trinken bzw. getrunken zu haben. Der Anteil derjenigen, die deutlich weniger trinken oder gar aufgehört haben, Alkohol zu konsumieren, lag bei 30 Prozent. Fast die Hälfte dieser Gruppe (46%) gab an, auch nach Lockerung der Einschränkungen weiterhin weniger alkoholische Getränke trinken zu wollen. Lediglich elf Prozent der Befragten gaben an, größere Mengen Alkohol als üblich zu trinken. Von dieser Gruppe planen aber 72 Prozent nach der Krise zu ihren alten Trinkgewohnheiten zurückkehren und wieder weniger konsumieren zu wollen. Der Anteil der Verbraucher, deren Konsum in Krisenzeiten nach eigenen Angaben zu mehr Problemen geführt habe, liegt laut Umfrage bei fünf Prozent.

Auf die Frage, was die Menschen in Krisenzeiten am meisten vermischen würden, gaben 54 Prozent das Knüpfen von Kontakten und das Essen in Restaurants sowie den Besuch von Bars an. Noch häufiger wurde nur der fehlende Kontakt zu Familie und Freunden genannt (64%). Insgesamt ist die Mehrheit der Befragten in fast allen Ländern der Ansicht, dass die Bewegungseinschränkungen gerechtfertigt sind bzw. waren.

Die YouGov-Umfrage, die im Auftrag der International Alliance for Responsible Drinking (IARD) in Australien, Südafrika, Mexiko, Frankreich, den Vereinigten Staaten, Deutschland, Großbritannien, Japan und Neuseeland vom 13. bis 21. Mai durchgeführt wurde, kam in allen Staaten zu nahezu ähnlichen Ergebnissen. In Deutschland lag der Anteil der Verbraucher mit gleicher oder geringerer Konsummenge mit 88 Prozent leicht über dem Umfrage-Durchschnitt. Mit 19 Prozent bzw. einem Fünftel der Befragten, die einen geringeren Konsum

oder die vollständige Aufgabe des Alkoholgenusses anführten, liegt Deutschland leicht unter dem Durchschnitt.

Die Gesamtstichprobengröße der repräsentativen Online-Erhebung bildeten 11.678 Erwachsene über 18 Jahren. Die International Alliance for Responsible Drinking (IARD) wird von international führenden Herstellern aus allen Bereichen der Alkoholwirtschaft getragen und ist eine gemeinnützige Organisation, die sich weltweit für die Förderung von Prävention und den Kampf gegen Missbrauch einsetzt. Weitere Informationen im Internet unter: www.iard.org.

Pressekontakt:

Frau Puja Darbari

Senior Vice President Communications

International Alliance for Responsible Drinking (IARD), London

Mail: pdarbari@iard.org

Telefon + 44 (0) 78180-71922