

Heiß diskutiert: Jugendschutz-Testkäufe. Was halten denn die Eltern davon?

97% der befragten Eltern sprechen sich für Jugendschutztests aus! Dies ergab eine Online-Befragung, die das Mystery Research Institut SKOPOS NEXT hat durchführen lassen.

Der Tenor der Befragten ist, dass es ohne Kontrolle der Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen einfach nicht geht. Über drei Viertel glauben, dass Testkäufe zu einer allgemeinen Verbesserung des Jugendschutzes führen. Mehr als jeder Dritte argumentierte, dass die Jugendlichen durch diese Tests für das Thema Alkohol verstärkt sensibilisiert würden und halten Jugendschutztests für moralisch unbedenklich.

Auf der anderen Seite gibt jeder Zweite zu bedenken, dass die Jugendlichen sehen können, wie einfach man Alkohol kaufen kann. Ein Viertel glaubt, durch Testkäufe würden die Jugendlichen instrumentalisiert. Aber nur 9% halten diese Tests auch für moralisch bedenklich.

Besonders wichtig ist den Eltern der jugendlichen Testkäufer der Datenschutz, eine pädagogische Begleitung und dass deren Alter nicht unter 16 Jahren liegen sollte.

Die Idee der Eltern für mehr Jugendschutz ist, dass einfach mehr Testkäufe durchgeführt und die Verkäufer verstärkt das Alter kontrollieren müssen. Die Befragten sprachen sich aber auch für mehr Öffentlichkeitsarbeit, Erziehung und Aufklärung aus. Es scheint wichtiger zu sein, die Menschen öffentlich für dieses Thema zu sensibilisieren als härtere Sanktionen einzuführen.

Alles scheint letzten Endes auf eines hinauszulaufen: Eine effektive Kontrolle ist ohne Testkäufe einfach nicht möglich. Auch der Mitinhaber und Geschäftsführer von SKOPOS NEXT, Thomas Starsetzki, bekräftigte den Erfolg von Testkäufen: *„Nur regelmäßig durchgeführte Jugendschutztests haben bewirkt, dass das Verkaufspersonal heute viel genauer auf die Einhaltung des Jugendschutzes achtet. Bei Tankstellenshops hat sich die Quote, bei denen die Testkäufer ‚erfolgreich‘ Alkohol kaufen konnten, binnen eines Jahres halbiert. Lottoannahmestellen können mittlerweile mit einer Quote von deutlich unter 10% punkten. Es gibt kein Wenn und kein Aber: Bei Waren, die dem Jugendschutz unterliegen, muss einfach nachgefragt und kontrolliert werden. Und Testkäufe sind hierbei ein zentrales Instrument“*

Zum Unternehmen:

Die SKOPOS NEXT GmbH & Co.KG gehört zu SKOPOS Group und ist spezialisiert auf Mystery Research. Hierzu zählen die Methoden Mystery Shopping & Calling Silent Monitoring sowie Jugendschutztests. Zur SKOPOS Group mit 40 Mitarbeitern gehören neben der SKOPOS NEXT, das Full-Service Marktforschungsinstitut SKOPOS Institut für Markt- und Kommunikationsforschung, sowie die internationale Tochter SKOPOS Market Insight in London und der Onlinepanel-Anbieter ODC Services in München. SKOPOS NEXT hat insbesondere im Bereich Jugendschutz seit Gründung des Unternehmens umfangreiche Expertise gesammelt und führt mittlerweile über 15.000 Jugendschutztests jährlich durch. Die Kunden nutzen dabei das SKOPOS NEXT eigene Jugendschutz-Tester-Feld. Das institutseigene Testerfeld und personelle sowie technische Ressourcen garantieren termingerechte Jugendschutz-Testkäufe in hoher Qualität.

Kontakt:

SKOPOS NEXT GmbH & Co KG:

Sandra Weckbecker, Leitung Jugendschutz, Tel: 02233 - 99 88-503, info@skopos-next.de, www.skopos-next.de