



## **NIX18 VS. FIX18**

*Een onderzoek naar het vergroten van de effectiviteit van het alcoholbeleid en het mediabeleid ten aanzien van alcohol*

**Anil Gezmen**



**Onder begeleiding van Saskia Brederveld & Hinke Mul**

**Klas: TH6A3**

**Datum: 30 januari 2017**

**Eindexamenvakken: Geschiedenis & Maatschappijwetenschappen**

## Voorwoord

Voor u ligt een profielwerkstuk, dat een vervolg is op een eerder profielwerkstuk gemaakt door mij. In 2015 heb ik een profielwerkstuk gemaakt over het gebruik van alcohol, tabak en drugs door de jaren heen. In dit onderzoek werd van drie verslavende middelen bekeken hoe het gebruik was veranderd door de jaren heen. Drie generaties jongeren werden hiervoor onderzocht. Wij kwamen tot de conclusie dat de jongeren van vroeger vaker dronken per week, maar minder dan de jongeren van nu. De jongeren van nu drinken minder vaak per week, maar drinken in één keer veel meer, dat zelfs leidt tot alcoholmisbruik en alcoholvergiftiging.

Na maanden brainstormen, informatie verzamelen en onderzoeken werden wij genomineerd voor het beste profielwerkstuk van havo. Helaas hebben wij niet de titel mogen krijgen, maar hebben wij wel goede tips van de jury gekregen. Onder andere dat het onderwerp minder breed had mogen zijn voor een beter onderzoek.

Nu, twee jaar later, zit ik in het eindexamenjaar van het VWO. De suggesties voor verder onderzoek, die in mijn vorig profielwerkstuk zaten, kon ik niet loslaten en daarom besloot ik een suggestie te realiseren. Namelijk, om te weten in hoeverre de overheid met onze conclusie te maken zou hebben. Dit heeft met veel gesprekken met mijn huidige begeleiders uiteindelijk geleid tot een onderzoek waarin dit thema verder wordt bekeken.

De samenvatting van mijn onderzoek heb ik zowel in het Nederlands als in het Engels geschreven, omdat Twickel ook uitwisselingsstudenten op school heeft. Zo is het onderzoek echt voor iedereen op mijn school toegankelijk.

Ik wil mijn begeleiders beiden bedanken voor het goede contact. Van een vooruit geplande afspraak tot een laat telefoontje om 22.00u 's avonds, omdat de volgende dag een belangrijk interview plaatsvond. Ik kon ze altijd bereiken en dat waardeer ik zeer. Mevrouw Mul wil ik erg bedanken voor haar tips die ik heb gekregen voor het contact met politici. Mevrouw Brederveld wil ik in het bijzonder bedanken, omdat zij mij voor de tweede keer met een profielwerkstuk heeft begeleid. Voor de tweede keer ben ik erg blij dat ze mij met haar kritische blik op alles wat in dit verslag staat, heeft geholpen.

Was getekend,  
Anil Gezmen  
[anilgezmen@outlook.com](mailto:anilgezmen@outlook.com)

## Samenvatting NIX18 VS. FIX18

Artikel 22 van de grondwet luidt: *”De overheid treft maatregelen ter bevordering van de volksgezondheid.”* Ondanks het huidige alcoholbeleid, zijn er nog steeds veel minderjarige jongeren die overmatig alcohol nuttigen. Een groot deel van deze jongeren komt hierdoor ook in het ziekenhuis terecht. Hoewel het alcoholbeleid zich ook richt op preventie en zelfbewustzijn, zijn aantrekkelijke alcoholreclames onder bepaalde voorwaarden nog wel toegestaan.

In dit onderzoek is bekeken of de overheid wel voldoende maatregelen treft voor het alcoholbeleid en het mediabeleid ten aanzien van alcohol. Wat is wel effectief en welke maatregelen zijn noodzakelijk om aan het beleid toe te voegen? Het doel van dit onderzoek is om advies uit te brengen aan de overheid. Hiervoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: *welke wetswijzigingen zou de overheid moeten aannemen om de effectiviteit van het alcoholbeleid en het mediabeleid ten aanzien van alcohol te vergroten?*

Voor het onderzoek is voornamelijk gebruik gemaakt van officiële communicatie tussen de regering en de Tweede Kamer, voor zover dit beschikbaar of openbaar was. Er is gekeken naar hoe het alcoholbeleid zich vanaf het ontstaan heeft ontwikkeld en welke formele middelen de Tweede Kamer en de regering hebben gebruikt met als doel de alcoholwetgeving te wijzigen. Voor het mediabeleid is bekeken wat het huidige beleid is en ook hoe de Tweede Kamer en de regering het beleid hebben willen wijzigen met behulp van hun formele middelen. Voor de visies van de politieke partijen is via de mail of telefonisch contact opgenomen met politici die alcohol(preventie) en/of media in hun portefeuille hebben. Verder is een interview gehouden met een vertegenwoordiger het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over de bevindingen in dit onderzoek.

Omdat de invloed van alcoholreclame op jongeren belangrijk is voor het bepalen van een advies over het mediabeleid ten aanzien van alcohol, is er een symposium over alcohol en sociale media/reclame bijgewoond aan de Universiteit van Amsterdam. Bij dit symposium is ter plaatse ook een kort interview gehouden met de directeur van STAP, Wim van Dalen, en de directeur van STIVA, Peter de Wolf.

De overheid heeft op dit moment een stevige basis om het alcoholgebruik onder jongeren terug te dringen. Een stevige basis is echter niet genoeg. NIX18 is de norm, maar als minderjarige jongeren toch alcohol willen drinken, “fixen” zij wel alcohol. De overheid zou zich meer moeten richten op de verandering in de mentaliteit van (minderjarige) jongeren over alcoholgebruik, om ook alcoholmisbruik te voorkomen.

Het eerste advies is om verpakkingen van alcoholhoudende producten te voorzien van een uniforme etikettering, waarop waarschuwingen staan voor gezondheidsrisico's.

De verantwoordelijkheidsverdeling tussen horecaondernemer en minderjarige jongere is op dit moment onevenwichtig. De ondernemer krijgt bij overtreding een enorme boete, terwijl de jongere niet gestraft wordt. Het advies is dan ook deze jongere, dan wel zijn of haar wettelijke vertegenwoordiger, strafbaar te stellen en zo deze onevenwichtigheid op te heffen.

Happy hours en stuntprijzen vallen nu onder de verantwoordelijkheid van de gemeenten. Zij mogen zelf regels daarover opstellen. Het advies is om dit weer centraal te regelen en een totaal verbod op happy hours en stuntprijzen te heffen, omdat bewezen is dat ze leiden tot meer (excessief) alcoholgebruik onder (minderjarige) jongeren.

Constaterende dat (minderjarige) jongeren beïnvloed worden door alcoholreclame en hierdoor sneller en/of meer alcohol drinken, is het advies dan ook om een totaal verbod op positieve alcoholreclame in te stellen. Op dit moment is er een Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken waar klachten kunnen worden ingediend, wanneer producenten van alcoholreclame zich niet aan de regels houden. Deze code is echter multi-interpretabel en producenten hebben nog steeds veel mogelijkheden om alcohol altijd en overal aantrekkelijk te maken voor iedereen.

## Summary NIX18 VS. FIX18

The 22nd article of the constitution reads: “*The government will take measures to promote public health.*” Despite the current alcohol policy, there are still many minors who consume alcohol excessively. As a result, a significant amount of these young people end up in the hospital. Although the current alcohol policy focuses on prevention and self-awareness, attractive alcohol advertisements are still permitted under certain conditions.

This research examined whether the government is taking sufficient measures with regards to the alcohol and media policy. Which methods are effective and what measures are necessary additions to the existing policies? The purpose of this research is to establish an advisory report for the government; presenting more measures to be added to the current alcohol policy. The main question during this research was the following; *which legal letislatives with regards to the alcohol policy and media policy should the government take to make the policies more effective?*

The predominant source of information for this research was the official communication between the government and the House of Representatives, as far as it was available or made public. Consideration was given to how the alcohol policy has evolved since its introduction and which formal measures the House of Representatives and the government used, with the aim of changing the alcohol law. With regards to the media policy, the current policy has been examined and also the way the House of Representatives and the government have wanted to change the policy by using their formal resources. The politicians whose portfolios include alcohol (prevention) and/or media have been contacted though email or by telephone; in order to research the views of the political parties. Furthermore, the Ministry of Health, Welfare and Sports has been interviewed on the findings of this research.

To underline the advice on the media policy regarding alcohol and the impact of alcohol advertising on young people; a symposium on alcohol, social media and advertising, held at the University of Amsterdam, was attended. Wim van Dalen, the director of STAP, and Peter de Wolf, the director of STIVA were both briefly interviewed at the event.

The government currently has a solid foundation to reduce alcohol consumption amongst young people; however, a solid foundation alone will not suffice. “NIX18” is the standard, but if underage youth have their minds set on drinking alcohol, they will succeed in getting it one way or another. The government should focus more on wanting to change the mentality of minors with regards to drinking, at the same time avoiding alcohol abuse.

The first recommendation is to provide the alcoholic beverages with uniform labeling warning the consumer of possible health risks.

The division of responsibility between the vendor and underage youth is currently out of balance. In case of violation, the vendor receives a large fine, whilst the minor is not punished for any violations whatsoever. The second recommendation therefore is to penalize the underage youth, or his or her legal representative, to eliminate this imbalance.

Furthermore, Happy hours and special price deals are currently the responsibility of local municipalities. They are free to decide on their own rules and regulations. The third advice is to, we cannot stress this enough, establish this matter nationwide; placing a total ban on happy hours and special price deals. It has been proven that these lead to increased, possibly irresponsible, alcohol use by the underage youth.

Lastly, recognizing that young people, often underage, are being influenced by alcohol advertisements and thus start to drink more alcohol and/or start drinking at an earlier age, leads to the following advice; implementing a complete ban on positive alcohol advertising. Currently there is an advertising Code in place for Alcoholic Beverages where complaints can be filed when producers of alcohol commercials do not follow the rules. This code, however, is multi-interpretable and producers still have many opportunities to make alcohol appealing to anyone, anywhere, anytime and most importantly any age.

<b>INHOUDSOPGAVE</b> .....	<b>4</b>
<b>1. INLEIDING</b> .....	<b>6</b>
1.1 Probleemstelling.....	6
1.2 Hoofdvraag.....	6
1.3 Deelvragen.....	6
1.4 Methodiek.....	7
1.5 Moties.....	8
<b>2. HET NEDERLANDSE ALCOHOLBELEID</b> .....	<b>9</b>
2.1 Definities .....	9
2.2 Hoe is het alcoholbeleid per kabinetsperiode vanaf 1967 tot stand gekomen? .....	10
2.3 Welke formele middelen hebben de Tweede Kamer en de regering gebruikt met het doel tot een wijziging van de alcoholwetgeving vanaf 2000? .....	14
2.4 Casus: het drinkgedrag van jongeren. ....	20
<b>3. HET NEDERLANDSE MEDIABELEID TEN AANZIEN VAN ALCOHOL</b> .....	<b>24</b>
3.1 Wat is de geschiedenis van het mediabeleid ten opzichte van alcohol vanaf 2000? .....	25
3.2 In hoeverre heeft alcoholreclame invloed op jongeren? .....	27
3.3 Casus: de stappen van STAP .....	28
<b>4. VISIES VAN DE NEDERLANDSE POLITIEK</b> .....	<b>30</b>
4.1 WAT ZIJN DE VERSCHILLENDE VISIES VAN DE HUIDIGE NEDERLANDSE POLITIEKE.... PARTIJEN OP HET (MEDIA)BELEID TEN AANZIEN VAN ALCOHOL? .....	30
<b>5. CONCLUSIE</b> .....	<b>34</b>
<b>6. EVALUATIE</b> .....	<b>38</b>
<b>BRONNENLIJST</b> .....	<b>39</b>
<b>BIJLAGEN</b> .....	<b>43</b>
Bijlage 1: screenshot.....	43
Bijlage 2: screenshot.....	44
Bijlage 3: screenshot.....	45
Bijlage 4: screenshot.....	46
Bijlage 5: screenshot.....	47
Bijlage 6: screenshot.....	48
Bijlage 7: screenshot.....	49
Bijlage 8: screenshot.....	50
Bijlage 9: screenshot.....	51

Bijlage 10: screenshot .....	52
Bijlage 11:screenshot .....	53
Bijlage 12:contact SGP .....	56
Bijlage 13:contact SP .....	58
Bijlage 14:contact GL .....	59
Bijlage 15:contact CU.....	60
Bijlage 16:contact PvdA .....	62
Bijlage 17:contact VVD.....	64
Bijlage 18:contact VWS.....	66
Bijlage 19:interview VWS .....	68
Bijlage 20:reactie VWS.....	71

# 1. Inleiding

## 1.1 Probleemstelling

In artikel 22 van de grondwet staat: *'De overheid treft maatregelen ter bevordering van de volksgezondheid.'* In hoeverre is dat ten opzichte van alcohol het geval, wanneer toch blijkt dat jongeren nog steeds overmatig alcohol drinken?

Uit eerder onderzoek is namelijk gebleken dat het alcoholgebruik van jongeren tot veel alcoholmisbruik en alcoholvergiftiging leidt.<sup>1</sup> Een onderzoek van het Trimbos instituut zegt: *'Van de jongeren die drinken heeft 70% de afgelopen maand op een avond vijf of meer glazen gedronken (bingen) en ruim 20% van hen drinkt in het weekend meer dan 10 glazen.'*<sup>2</sup> Veel jongeren realiseren zich niet hoeveel schade alcohol kan aanrichten. Het bekende alcoholbeleid met de slogan 'NIX18' is sinds 1 januari 2014 actief, maar de cijfers over het aantal ziekenhuisopname bij minderjarigen als gevolg van alcoholmisbruik zijn sinds 2007 wel continue gestegen.<sup>3</sup> Het alcoholbeleid is nog niet perfect. Welke maatregelen zijn noodzakelijk om toe te voegen aan het beleid? Ofwel: welk beleid werkt wel en welk beleid werkt niet?

Hoewel het beleid zich ook richt op preventie en bewustheid van de gevaren van alcohol, is alcoholreclame, onder bepaalde voorwaarden, toegestaan. Uit verschillende onderzoeken is echter gebleken dat jongeren zich erg laten beïnvloeden door alcoholreclame.<sup>4</sup> Het is dus onderdeel van de preventie en zelfbewustzijn bij jongeren. Wat vraagtekens oproept, is dat de overheid zich meer wil inzetten op preventie en zelfbewustzijn, maar productverheerlijking door middel van reclames wel toestaat.

## 1.2 Hoofdvraag

Het doel van dit onderzoek is dus bekijken in hoeverre het alcoholbeleid effectief is en welke maatregelen omtrent het alcoholbeleid zouden moeten worden toegevoegd? In de probleemstelling kwam al naar voren dat er nog steeds te veel (minderjarige) jongeren zijn die te vaak drinken. Aangezien de overheid naar voren heeft gebracht zich te willen focussen op preventie, wordt ook beïnvloeding van de media meegenomen voor het mediabeleid ten aanzien van alcohol. In de hoofdvraag worden deze twee aspecten wel apart benoemd, zodat het de lezer meteen een duidelijk beeld geeft waar het onderzoek zich op richt. De hoofdvraag luidt dan ook: *welke wetswijzigingen zou de overheid moeten aannemen om de effectiviteit van het alcoholbeleid en het mediabeleid ten aanzien van alcohol te vergroten?*

## 1.3 Deelvragen

Het onderzoek is verdeeld in twee hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk over het Nederlandse alcoholbeleid. Hoofdstuk twee over het Nederlandse mediabeleid ten aanzien van alcohol.

### 1.3.1 Het Nederlandse alcoholbeleid

In de eerste paragraaf van hoofdstuk twee worden allereerst definities die later in de deelvragen terug komen verklaard.

Vervolgens wordt ingegaan op een korte geschiedenis over het alcoholbeleid per kabinetsperiode vanaf 1967, omdat er vanaf toen een concrete wet omtrent alcohol verscheen. Om uiteindelijk te kunnen constateren wat er moet gebeuren om het alcoholmisbruik bij jongeren (sterk) te verminderen, moet rekening gehouden worden met hetgeen dat al eerder gebeurd is. Zo kan worden bepaald wat effect heeft gehad en herhaling van fout beleid worden tegengegaan.

In de derde paragraaf komen alle pogingen om het alcoholbeleid aan te scherpen vanuit het kabinet en het parlement aan bod. Hierin worden moties en vragen van politici meegenomen. Dit wordt vanaf het jaar 2000 bekeken, omdat toen de meest omvangrijke

---

<sup>1</sup> Borkent, S., Gezmen, A. (2015), Alcohol-, drugs-, en tabaksgebruik: vroeger vaak, nu meer.

<sup>2</sup> <https://www.trimbos.nl/actueel/nieuws/bericht/?bericht=2050> (bekeken op 10 december 2016)

<sup>3</sup> <http://nos.nl/artikel/2091440-fors-meer-jonge-comazuipers-die-nu-stiekem-drinken.html> (bekeken op 10 december 2016)

<sup>4</sup> <http://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-9-51> (bekeken op 10 december 2016)

wetswijziging heeft plaatsgevonden. Vanaf dat moment werd de leeftijd vóór het verstrekken van alcohol gecontroleerd en is de overheid actiever bezig met preventiemiddelen. Deze paragraaf heeft een verdiepende functie ten opzichte van de eerste paragraaf, die alleen keek naar concrete wetswijzigingen en niet naar de wil om iets te veranderen. Het uiteindelijke nut van deze paragraaf is om te weten wat er is geprobeerd te veranderen en waarom dat niet gelukt is. Dit wordt meegenomen in het adviesrapport.

Paragraaf 4 bevat een casus over het drinkgedrag van jongeren, om het probleem duidelijker te schetsen. Het gaat over het drinkgedrag van jongeren vanaf 2014 tot nu.

Kortom zijn er twee deelvragen die bij hoofdstuk twee horen:

1. *Hoe is het alcoholbeleid per kabinetsperiode vanaf 1967 tot stand gekomen?*
2. *Welke formele middelen hebben de Tweede Kamer en de regering gebruikt met het doel tot een wijziging van de alcoholwetgeving vanaf 2000?*

### **1.3.2 Het Nederlandse mediabeleid ten aanzien van alcohol**

Hoofdstuk drie gaat over het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Deelvraag één dient duidelijkheid te geven over de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken. Verder worden de moties vanuit de Kamer vanaf 2000 besproken.

De volgende paragraaf gaat over de precieze beïnvloeding van alcoholreclame op jongeren. Belangrijk bij deze paragraaf om achter te komen, is in welke mate alcoholreclame jongeren aanzet om te drinken en in hoeverre dit dus via de overheid geregeld moet worden.

Ook hoofdstuk drie bevat een casus. Deze casus behandelt de stappen die het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP heeft gezet tegen de alcoholindustrie jegens marketing. Deze casus is informatief en een verduidelijking op problemen waar STAP tegen aanloopt na een klacht bij de Reclamecommissie voor Alcoholhoudende Drank.

Samengevat zijn er drie deelvragen die horen bij hoofdstuk drie:

1. *Wat is de geschiedenis van het mediabeleid ten aanzien van alcohol vanaf 2000?*
2. *In hoeverre heeft alcoholreclame invloed op jongeren?*

### **1.3.3 Visies van de Nederlandse politieke partijen**

Hoofdstuk vier gaat over de verschillende visies van de huidige Nederlandse politieke partijen over het alcoholbeleid en het mediabeleid ten aanzien van alcohol. Dit onderdeel is toegevoegd aan het onderzoek, omdat er zo een goed beeld gecreëerd kan worden waarom er bepaalde maatregelen zijn genomen of juist niet zijn genomen. Vervolgens kan er gekeken hoe bepaalde aspecten bewerkstelligd kunnen worden om het beleid te verbeteren.

De deelvraag die bij dit hoofdstuk hoort luidt: *Wat zijn de verschillende visies van de huidige Nederlandse politieke partijen op het (media)beleid ten aanzien van alcohol?*

## **1.4 Methodiek**

Voor dit onderzoek is vooral gebruik gemaakt van de officiële communicatie tussen de regering en het parlement. Ook communicatie binnen de regering en binnen het parlement is meegenomen. Voorbeelden zijn nota's over een beleid, een voorstel voor een nieuw beleid, moties, amendementen en wetenschappelijk onderzoek. Deze vormen van methodiek is overkoepelend voor het gehele onderzoek. Deze documenten zijn gevonden op internet en/of in de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag.

De verschillende visies van politici kan al worden afgeleid uit de hierboven genoemde voorbeelden. Ter verduidelijking is er ook gebruik gemaakt van actuele media, verkiezingsprogramma's en de standpunten die de politieke partijen op hun website weergeven. Aangezien niet alle standpunten over specifieke onderwerpen op internet te vinden waren, zijn de politici met alcohol en/of media in hun portefeuille persoonlijk benaderd. Er is ook een interview gehouden met het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Over de invloed van de media jegens jongeren is gebruik gemaakt van verschillende wetenschappelijke onderzoeken, die zich hier specifiek op richten. Ook is er een lezing bijgewoond aan de Universiteit van Amsterdam: 'Alcohol en Sociale Netwerk Sites: Voorspellers en Effecten van Online Communicatie van Jongeren over Alcohol', mede mogelijk gemaakt door Amsterdam Center for Health Communication en Netherlands Organisation for Scientific Research. Hier hebben vijf sprekers van vijf verschillende



universiteiten in Nederland, één spreker van de universiteit van Washington, de directeur van het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP en de directeur van Stichting Verantwoorde Alcoholconsumptie STIVA het gehad over (sociale) media en alcoholgebruik onder jongeren. Met de directeurs van STAP als STIVA is ter plaatse ook een kort interview gehouden.

### **1.5 Moties**

Uit de probleemstelling genoemde feiten, is het duidelijk dat de alcoholproblematiek onder jongeren nog niet goed genoeg teruggedrongen is. Dit onderzoek heeft als uiteindelijke doel een advies aan de overheid uitbrengen over meer maatregelen die zouden kunnen worden genomen. Daarom zal de conclusie in de vorm van verschillende moties worden gebracht.

## 2. Het Nederlandse alcoholbeleid

### 2.1 Definities

Ter verduidelijking van de inhoud van dit onderzoek, zullen de belangrijkste begrippen hieronder gedefinieerd worden.

**Verslaving:** De gebruiker verliest de controle over zijn of haar gebruik. Er is sprake van (beginnende) verslaving als er herhaaldelijk meer wordt gebruikt dan zich voorgenomen is, de gebruiker niet kan stoppen, de gebruiker een groot deel van de dag (passief of actief) bezig is met gebruik, of als de gebruiker afhankelijk is van het middel. De criteria van verslaving zijn opgenomen in de DSM-V.<sup>5</sup>

**Misbruik:** Overmatig nuttigen van alcohol. Het gebruik gaat ten koste van je werk, school of thuis. Het gebruik leidt tot terugkerende problemen op sociaal gebied. Het gebruik leidt tot gevaarlijke situaties.<sup>6</sup>

**Binge drinken:** Het drinken van minstens 5 glazen alcohol tijdens een gelegenheid. Bij binge drinken gaat het niet om het genieten van alcohol, maar om zo snel mogelijk dronken te worden.<sup>7</sup>

**Drank- en Horecawet:** Wet vanaf 7 oktober 1964, tot regeling van de uitoefening van de bedrijven en de werkzaamheid, waarin alcoholhoudende drank wordt verstrekt. De wet valt onder de verantwoordelijkheid van de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.<sup>8</sup>

**Horecalokaliteit:** Een van een afsluitbare toegang voorziene lokaliteit, onderdeel uitmakend van een inrichting waarin het horecabedrijf wordt uitgeoefend, in ieder geval bestemd voor het verstrekken van alcoholhoudende drank voor gebruik ter plaatse.<sup>9</sup>

**Paracommerciële instellingen:** Paracommerciële instellingen zijn stichtingen en verenigingen die zich richten op recreatieve, sportieve, sociaal-culturele, educatieve, levensbeschouwelijke of godsdienstige activiteiten. Het is belangrijk dat het verkopen van alcoholhoudende dranken niet de hoofdzaak is.<sup>10</sup>

**Happy hours:** Een happy hour is een korte periode waarin een cafe/discotheek voor een veel lager tarief dan normaal drank schenkt. Het meest voorkomende zijn twee drankjes voor de prijs van één.<sup>11</sup>

**Blurring:** Het combineren van horeca en retail. Bijvoorbeeld een wijntje bij de kapper.

---

<sup>5</sup> Borkent, S., Gezmen, A. (2015), Alcohol-, drugs-, en tabaksgebruik: vroeger vaak, nu meer.

<sup>6</sup> <https://www.jellinek.nl/vraag-antwoord/wanneer-ben-je-verslaafd-aan-alcohol-of-drugs/> (bekeken op 11 januari 2017)

<sup>7</sup> <https://www.druglijn.be/drugs-abc/alcohol/veelgestelde-vragen/wat-is-bingedrinken> (bekeken op 11 januari 2017)

<sup>8</sup> <http://wetten.overheid.nl/BWBR0002458/2015-01-01> (bekeken op 11 januari 2017)

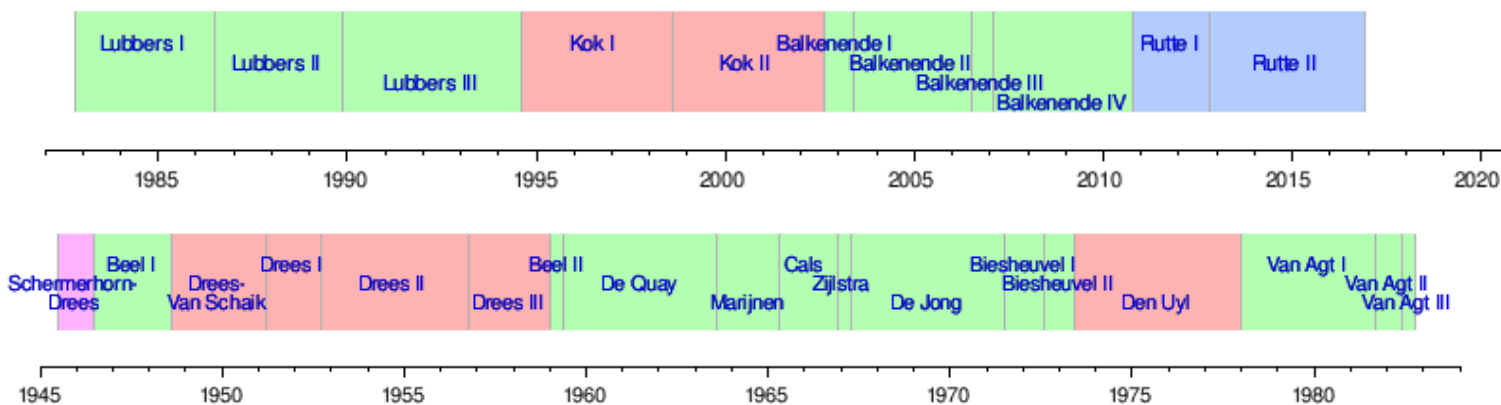
<sup>9</sup> <file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/drank-%20en%20horecaverordening%20Wormerland%202014%20B3.pdf> (bekeken op 11 januari 2017)

<sup>10</sup> <https://www.breda.nl/product/vac/wat-zijn-paracommerci%C3%ABle-instellingen> (bekeken op 11 januari 2017)

<sup>11</sup> [https://nl.wikipedia.org/wiki/Happy\\_hour](https://nl.wikipedia.org/wiki/Happy_hour) (bekeken op 11 januari 2017)

## 2.2 Hoe is het alcoholbeleid per kabinetsperiode vanaf 1964 tot stand gekomen?

Om de effectiviteit van het alcoholbeleid te bepalen is het noodzakelijk om te weten wat de overheid al heeft gedaan en welk beleid er al is uitgevoerd. Indien het alcoholbeleid niet effectief genoeg is en er verdere realistische maatregelen moeten worden genomen, is het essentieel om te weten wat er al is geprobeerd. De paragraaf begint daarom met een korte geschiedenis van de alcoholwetgeving tot 1964, om wel een volledige geschiedenis te geven. Daarna begint het met Kabinet-Marijnen, omdat in dat kabinet de eerste wet omtrent alcohol werd goedgekeurd. Per kabinetsperiode zal er beknopt beschreven worden wat het beleid was en zullen nieuwe wetwijzigingen ten opzichte van de vorige kabinetsperiode worden toegelicht. Als er in een kabinetsperiode geen wijzigingen omtrent alcoholwetgeving worden doorgevoerd, wordt aan dat kabinet geen aandacht besteed.



12

### 2.2.1 Alcoholwetgeving tot 1964

Vroeger waren voorschriften over verkoop van alcoholhoudende dranken een lokale aangelegenheid. Vanaf circa 1880 was het verkopen van alcoholhoudende dranken centraal door de overheid per wet geregeld. De industriële revolutie zorgde voor grote overlast door alcohol. De mensen trokken naar de grote steden, maar leefden daar onder zeer slechte omstandigheden. Door technische ontwikkelingen werd het produceren van alcohol goedkoper, dus werd de verkoopprijs lager. De arbeiders dronken hun ellende weg en het gevolg was herhaaldelijk alcoholmisbruik, wat dus weer een oorzaak was van overlast.

De eerste Alcoholwet van 1881 had een causaal verband met de omstandigheden destijds. De titel van de wet luidde: 'De regeling van den kleinhandel in sterke drank en de beteugeling van de openbare dronkenschap.'<sup>13</sup> De wet hield in dat er vergunningen nodig waren voor de verkoop van sterke drank. Per gemeente werd het zo geregeld, dat zij een maximaal aantal vergunning mochten verlenen gekoppeld aan het aantal inwoners.

Heel effectief was deze wetgeving niet. Zwak houdende alcoholische dranken waren niet opgenomen, dus onder ander bier kon nog royaal verkocht worden. Dit leidde tot een nieuwe wetgeving in 1904, waarbij ook verstrekkers ook moesten beschikken over vergunningen van zwak houdende alcoholische dranken. Hier werd echter geen maximum aan gekoppeld. In 1934 gebeurde dit uiteindelijk wel.

<sup>12</sup> Een historisch overzicht van alle kabinetsperiodes

[https://nl.wikipedia.org/wiki/Nederlandse\\_kabinetten\\_sinds\\_de\\_Tweede\\_Wereldoorlog](https://nl.wikipedia.org/wiki/Nederlandse_kabinetten_sinds_de_Tweede_Wereldoorlog) (bekeken op 14 september 2016)

<sup>13</sup> <http://www.isgeschiedenis.nl/nieuws/geschiedenis-van-alcoholwetgeving/> (bekeken op 14 september 2016)

### 2.2.2 Kabinet-Marijnen (1963-1965)

Kabinet-Marijnen aanvaardde in 1964 de Drank- en Horecawet, die in 1967 in werking trad. Het ging bij deze wet om de verkoop van alcoholhoudende dranken. De verantwoordelijke minister van Sociale Zaken en Volksgezondheid was dr. G.M.J. Veldkamp.<sup>1415</sup>

De wet ging over verantwoorde distributie van alcoholhoudende dranken. Het beoogde randvoorwaarden, voor zover dat niet bedrijfsmatig gebeurde. Daartoe was onder meer bepaald dat voor het schenken van alcoholhoudende drank in de horeca en de verkoop van sterke drank in slijterijen een vergunning vereist was. Voor de detailhandelsverkoop van zwak-alcoholhoudende drank was geen vergunning vereist. De vergunningen werden door de gemeenten verstrekt. Aan het verkrijgen van een vergunning werden wel eisen gesteld: leidinggevenden van een bedrijf dienden te voldoen aan leeftijdseisen. Ze moesten 21 jaar of ouder zijn. Leidinggevende mochten geen crimineel verleden hebben en moesten kennis hebben van Sociale Hygiëne. Ook de inrichting van het bedrijf moest aan enkele eisen voldoen. Zwak houdende alcoholische dranken mochten niet verkocht worden aan jongeren onder de 16 jaar. Voor sterke drank moest de consument minstens 18 jaar zijn.

De verstrekking leeftijdsgrens voor sterke drank was oorspronkelijk 16 jaar. Deze bepaling was uiteindelijk ook overgegaan naar de Drank- en Horecawet. Door een amendement van een Kamerlid tijdens het behandelen van het wetsvoorstel in 1964 veranderde de leeftijdsgrens voor sterke drank naar 18 jaar.<sup>16</sup>

### 2.2.3 Kabinet-Lubbers I (1982-1986)

In het Kabinet-Lubbers werd de nota 'Alcohol en Samenleving' naar voren gebracht. Het voorstel voor een wetswijziging omtrent de Drank- en Horecawet werd door de Staten-Generaal aangenomen.<sup>17</sup> De minister van het ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en cultuur was L.C. Brinkman. Vanuit de optiek van het Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur was het voornaamste bezwaar dat de Drank- en Horecawet onvoldoende was gericht op de bescherming van de volksgezondheid. De wet bood onvoldoende mogelijkheden tot het nemen van beperkende maatregelen. Toen de wet in 1964 werd aangenomen, was het alcoholgebruik minder dan in deze periode.

Uit de alcoholhulpverlening en alcoholpreventie werd ook veel kritiek geleverd op de Drank- en Horecawet. Er werd benadrukt dat de invoering van de wet in 1967 leidde tot een vergroting van de beschikbaarheid van alcohol. Voor 1967 was het zo dat het aantal verkooppunten van alcohol aan een gemeentelijk maximum was gebonden. Door de Drank- en Horecawet van 1964 werden deze gang van zaken beëindigd. Hierdoor nam de beschikbaarheid van de verkooppunten van alcohol toe en daarmee ook het alcoholgebruik.

In de nota 'Alcohol en Samenleving' werd gesteld, dat de belangrijkste factor voor de hoogte van de alcoholconsumptie de consumptieprijs is in relatie tot het netto-bestedbaar inkomen. Tevens werd geconcludeerd dat de alcoholproblematiek het meest effectief kon worden tegengegaan door een verlaging van het algemene consumptieniveau. Uit de beleidsevaluatie bleek dat toepassing van de bestaande preventieve instrumenten, tot dit beleid, ontoereikend was voor een vermindering van de verslavingsproblematiek en het overmatige gebruik.<sup>18</sup>

De wetswijziging van 1986 richtte zich vooral op preventie. De tijd en plaats van de beschikbaarheid van alcohol moest beperkt worden. Een alcoholwet diende immers puur om een bijdrage te leveren aan preventie van individuele en maatschappelijke risico's door alcohol. De belangrijkste punten van deze wetswijziging waren een vergunningenstelsel en

<sup>14</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/regering/inhoud/over-de-regering/kabinetten-sinds-1945/kabinet-marijnen> (bekeken op 14 september 2016)

<sup>15</sup> [http://www.parlement.com/id/vhnnmt7i60x7/wetgeving\\_kabinet?key=g0ceig7s](http://www.parlement.com/id/vhnnmt7i60x7/wetgeving_kabinet?key=g0ceig7s) (bekeken op 14 september 2016)

<sup>16</sup> <https://www.navigator.nl/document/openCitation/%20id6e2138a3af2f9503928b3bcbcae22ea3/drank-en-horecawet-slot-regeling> (bekeken op 14 september 2016)

<sup>17</sup> Nota 'Alcohol en Samenleving' vergaderjaar 1986-1987

<file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcohol-en-samenleving.pdf> (bekeken op 18 september 2016)

<sup>18</sup> <https://www.navigator.nl/document/openCitation/%20id6e2138a3af2f9503928b3bcbcae22ea3/drank-en-horecawet-slot-regeling> (bekeken op 14 september 2016)

verbodsbepalingen. Er kwam een vergunningsvoorwaarde op het schenken van alcohol in openbare ruimten binnen de sport- en sociaal-culturele sector. Ook binnen de gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverleningen mocht geen alcohol meer geschonken worden.

#### **2.2.4 Kabinet-Kok II (1998-2002)**

In de tweede regeerperiode van Kok was E. Borst-Eilers minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Er werd in deze periode actiever gewerkt aan preventie van gezondheidsrisico's en maatschappelijke problemen die veroorzaakt werden door het gebruik van alcohol.<sup>19</sup> De verstrekkers van alcohol vereisten een bijzondere verantwoordelijkheid, dus er moest een nog beperkter aanbod van alcohol te komen. Centraal stond het matigen van alcoholgebruik bij jongeren.

In de wet die in 2000 officieel werd aangenomen, werd vastgesteld dat de verstrekker van alcohol de vereiste leeftijden van 16, bij zwak-alcoholhoudende dranken, of 18, bij sterk-alcoholhoudende dranken, aan de hand van een identificatiebewijs moest controleren.<sup>20</sup> Verder werd het verboden om in horecagelegenheden, gedurende de tijd dat daarin dranken werden verstrekt, personen jonger dan 16 jaar in dienst te hebben. Lokaliteiten van minstens 300 m<sup>2</sup> die gebruikt werden voor dansen en feesten moesten nu ook houden aan een minimale toegangleeftijd van 16 jaar.<sup>21</sup> Slijterijen waren vanaf nu ook strafbaar als zij een 16-jarige aan het werk hadden zonder begeleiding met een persoon van minimaal de leeftijd 21 in hun keten hadden.

De instrumenten die dit kabinet inzette om de bereikbaarheid van alcoholhoudende dranken te beperken waren een verbod op het verstrekken van alcoholhoudende dranken bij tankstations en niet-levensmiddelenwinkels. Verenigingen en stichten die een horecavergunning hadden aangevraagd, waren verplicht huisregels op te stellen. Tevens werd het verboden om in bedrijfsrestaurants en personeelskantines alcohol te verstrekken gedurende openingstijden.

Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft ook met verschillende instellingen campagnes gevoerd voor preventie van alcoholgebruik.

#### **2.2.6 Rutte II (2012-2017)**

E. Schippers was aangetreden als nieuwe minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Er kwam een wijziging in de Drank- en Horecawet. De grote lijnen van deze wetwijziging waren onder andere dat de gemeenten meer verantwoordelijkheden kregen jegens het alcoholbeleid. Zij hadden vanaf nu meer mogelijkheden om regels voor paracommerciële instellingen aan te scherpen of juist te verruimen. Bovendien mochten gemeenten ook regels opstellen ten aanzien van de zogenaamde 'happy hours'. Ook mochten ze leeftijdsgrenzen opstellen voor bepaalde horecagelegenheden, zoals discotheken en cafés. Voorheen was dit centraal geregeld door de overheid. Vanaf 2013 ging de overheid meer decentraal te werk. Verder kwam er een verhoging van de boetes voor horecagelegenheden.

Op 1 januari 2014 vond een belangrijke wetwijziging plaats rondom leeftijdsgrenzen van alcohol. De leeftijdsgrens van 16 jaar voor zwak houdende alcoholische dranken verviel en er werd vanaf nu één leeftijdsgrens van 18 jaar gehanteerd voor alle alcoholische dranken.<sup>22</sup> Jongeren onder de 18 jaar waren vanaf deze wetwijziging ook strafbaar als ze in het bezit waren van alcoholhoudende middelen. Vanaf dat moment waren gemeenten ook zelf verantwoordelijk voor een preventie- en handhavingplan. In dit plan moesten de gemeenten vaststellen wat hun doelstellingen waren, welke acties daarvoor moesten worden ondernomen, welke wijze waarop het werd uitgevoerd en wat de periode hiervan was. De gemeenten moesten ook vaststellen welke resultaten geacht worden te zullen behaald.

---

<sup>19</sup> Tweede Kamer, vergaderjaar 1997–1998, 25 969, nr. 3

<file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/kst-25969-3.pdf> (bekeken op 18 september 2016)

<sup>20</sup> Wet van 13 april 2000 tot wijziging van de Drank- en Horecawet.

<https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2000-184.html> (bekeken op 10 december 2016)

<sup>21</sup> Nota naar aanleiding van de wetwijziging

<sup>22</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2013-380.html> (bekeken op 10 december 2016)

Er startte ook een meerjarige massamediale campagne<sup>23</sup> om een sociale norm te behalen dat het volstrekt normaal is om niet te drinken voor je achttiende. Dit uit zit tot de campagne: NIX18.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> <http://www.vnpf.nl/media/files/brief-wijziging-drank-en-horecawet-per-1-januari-2014.pdf> (bekeken op 10 december 2016)

<sup>24</sup> <https://www.nix18.nl/> (bekeken op 10 december 2016)

## 2.3 Welke formele middelen hebben de Tweede Kamer en de regering gebruikt met het doel tot een wijziging van de alcoholwetgeving vanaf 2000?

Zoals in paragraaf twee al duidelijk werd, heeft het alcoholbeleid vanaf 2000 tot en met 2012 weinig relevante wijzigingen gekend. Dit betekent echter niet dat het alcoholbeleid niet is besproken door het parlement en de regering. Deze paragraaf gaat dieper in op de ontwikkelingen in deze periode en legt de nadruk op wat de Tweede Kamer heeft geprobeerd door middel van moties. Er wordt ook beschreven wat het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft willen bereiken in deze periode. Net zoals in paragraaf twee, wordt deze paragraaf ingedeeld in kabinetsperiodes, ditmaal vanaf 2000. De kabinetsperiodes zonder moties zullen niet aan bod komen.

### 2.3.1 Kok II (1998-2002)

Het kabinet Kok II trad op 3 augustus 1998 aan, met Els Borst-Eilers als minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Op 8 oktober 2001 werden er verschillende moties ingediend ten aanzien van het alcoholbeleid. Door de Kamerleden Buijs (CDA), Oudkerk (PvdA), Hermann (GroenLinks) en Rouvoet (ChristenUnie)<sup>25</sup> werd verzocht dat de regering een plan zou uitwerken waarvan de GGD de functie van preventieconsulent in het basisonderwijs kon vervullen. De minister reageerde positief op deze motie.<sup>26</sup> Zij zou de GGD verzoeken het in de motie bedoelde plan spoedig uit te werken. Vier jaar later werd er nog maar op 20% van alle basisscholen voorlichting gegeven.<sup>27</sup>

Door de Kamerleden Hermann (GroenLinks), Rouvoet (ChristenUnie), Kant (SP) en Van der Vlies (SGP) werd ook een motie ingediend.<sup>28</sup> Zij achtten de preventie van alcoholgebruik onder jongeren als het grootste belang. De mixdrankjes werden door de jongeren teveel gebruikt en hiervoor zou iets moeten gebeuren. Verder schoten de leeftijdscontroles in supermarkten ernstig tekort. De gemengde verkoop van alcoholhoudende en andere producten in supermarkten zouden niet ideaal zijn om het alcoholgebruik te beperken. Het in de motie bedoelde plan was dan ook om alcoholhoudende dranken uitsluitend via de slijterijen te doen verkopen. Deze motie werd uiteindelijk verworpen.

De tweede motie die deze vier Kamerleden dezelfde dag indienden ging over stuntaanbiedingen. De regering hield zich in het kader van de zelfregulering nog steeds zeer terughoudend met betrekking tot een verbod op stuntprijzen van alcoholhoudende drank of prijzen (ver) onder de kostprijs. Om alcoholmisbruik en alcoholgebruik onder jongeren tegen te gaan werd de regering verzocht een wettelijk verbod in te stellen omtrent stuntprijzen bij alcoholhoudende dranken.<sup>29</sup> De minister beschouwde deze motie als een ondersteuning van het kabinetsbeleid. De minister reageerde echter dat het mooiste zou zijn als de fabrikanten en verkooppunten uit zichzelf niet meer zouden stunten met de prijzen.<sup>30</sup> Zij had hen daarom verzocht vrijwillig af te zien van stuntaanbiedingen. Als dit niet zou werken, zou zij bereid zijn om dit wettelijk op te nemen.

Kamerlid Hermann (GL) verzocht de regering de producenten te verplichten de hoeveelheid alcohol op de verpakkingen zeer duidelijk te laten vermelden. Tevens wilde hij dat op ieder product dat alcohol bevatte "*verboden te verkopen aan personen onder de 16 jaar*" zou staan.<sup>31</sup> Hoewel het alcoholpercentage uiteindelijk wel op het product kwam te staan, was dat niet het geval voor het opschrift.<sup>32</sup>

Door Rouvoet (CU), Hermann (GL) en Van der Vlies (SGP) werd geconstateerd dat in tegenstelling tot tabak op alcoholhoudende producten geen waarschuwing staat over de

<sup>25</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-10.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>26</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-20.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>27</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29894-3.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>28</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-6.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>29</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-16.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>30</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-20.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>31</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-5.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>32</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-23.html> (bekeken op 18 januari 2017)

gevolgen van (overmatig) gebruik.<sup>33</sup> Zij waren van mening dat een waarschuwing op alcoholische dranken kon bijdragen tot bewustwording over de risico's van (overmatig) alcoholgebruik. Daarom werd de regering verzocht een waarschuwingstekst verplicht te stellen voor alle alcoholische producten. Deze motie werd uiteindelijk verworpen.

Er werd ook een motie ingediend over de happy hours. Deze werden ook gezien als prijsstunt en zouden kunnen leiden tot overmatig alcoholgebruik. Oudkerk (PvdA), Hermann (GroenLinks), Kant (SP), Rouvoet (ChristenUnie), Lambrechts (D66) en Van der Vlies (SGP) verzochten allemaal de regering de happy hours te laten verbieden.<sup>34</sup> Deze motie resulteerde tot een verzoek van de minister aan de verstrekkers van alcoholhoudende dranken om dit signaal van de Kamer op te volgen.<sup>35</sup>

### **2.3.2 Balkenende I (2002-2003)**

Op 22 juli 2002 trad het kabinet Balkenende I aan, met als minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport Eduard Bomhoff tot 16 oktober 2002, daarna werd Aart Jan de Geus minister.

Op 10 december 2002 stelde Van der Vlies (SGP) een aantal vragen over het stunten met bierprijzen door brouwers en supermarkten aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.<sup>36</sup> De minister had de fabrikanten en verkooppunten verzocht de wens van de Kamer, om niet meer te stunten met prijzen van alcoholhoudende dranken, op te volgen. In het onderzoek van Stichting Alcoholpreventie (STAP) bleek dat supermarkten nog veel bleven stunten met bierprijzen. De minister werd gevraagd of het stunten met alcoholprijzen niet in strijd was met het alcoholbeleid. De minister antwoordde dat het immers uit oogpunt van alcoholmatigheden en preventie van alcoholmisbruik belangrijk was dat stuntaanbiedingen van alcoholhoudende drank niet meer voor zouden moeten voorkomen.<sup>37</sup> Van der Vlies concludeerde dat de zelfregulering op dit terrein bleek te falen en dat dus de voorwaarde in werking zou moeten treden waar de minister zich destijds over heeft uitgelaten. Namelijk dat het verbod op stunten met alcoholprijzen wettelijk opgenomen zou worden. De minister gaf aan dat door een van haar ambtenaren uitgevoerde onderzoek was gebleken dat het woord "stunten" juridisch niet goed te omschrijven zijn. Een verbod op verkoop beneden de kostprijs zou wetstechnisch wel mogelijk zijn. Dit zou later aan de kamer aangeboden worden.

### **2.3.3 Balkenende II (2003-2006)**

Op 27 mei 2003 trad dit kabinet aan, met als minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport Hans Hoogervorst.

Op 11 september 2003 bracht de Raad van State een adviesrapport uit over een bestuurlijke boete.<sup>38</sup> In het adviesrapport kwam naar voren dat in de Drank- en Horecawet strengere boete jegens horecaondernemers opgenomen zou moeten worden, wanneer zij alcohol verstrekken aan minderjarige jongeren. Schippers (VVD) en Nawijn (LPF) reageerden op 3 juni 2004 op dit wetsvoorstel. Zij stelden dat er in het wetsvoorstel niets staat over de verantwoordelijkheid van de oudere die in een horecazaak drank bestelt en vervolgens aan een jongere geeft die nog niet mag drinken. Omdat het volgens hen duidelijk was dat de oudere in dit geval de volledige verantwoordelijkheid heeft en niet de horecaondernemer, zou het niet wenselijk zijn dat de horecaondernemer volledige aanspraak zou krijgen en dus strafbaar gesteld zou worden. Zij verzochten de regering de strafbaarstelling van de horecaondernemer in dit wetsvoorstel te schrappen.<sup>39</sup>

Schippers (VVD) en Nawijn (LPF) waren ook van mening dat de jongere die de wet overtrad, ook strafbaar gesteld moest worden. De horecaondernemer werd in het wetsvoorstel als enige verantwoordelijke gesteld, terwijl de jongere primair verantwoordelijk

<sup>33</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-14.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>34</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-8.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>35</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-20.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>36</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kv-2020304260.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>37</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/ah-tk-20022003-597.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>38</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29299-4.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>39</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29299-9.html> (bekeken op 18 januari 2017)



zou moeten zijn. Deze jongere, dan wel zijn of haar wettelijke vertegenwoordiger zou op dat moment nog niet strafbaar gesteld worden. Er was volgens Schippers en Nawijn sprake van onevenwichtigheid in de verantwoordelijkheidsverdeling tussen de ondernemer en de jongere. Daarom verzochten zij de regering de jongere, dan wel zijn of haar wettelijke vertegenwoordiger, strafbaar te stellen en zo deze onevenwichtigheid op te heffen.<sup>40</sup> Deze moties hadden geen meerderheid en waren daarom verworpen.<sup>41</sup>

Op 15 juni 2005 was er een evaluatie van de Drank- en Horecawet. Schippers (VVD) liet weten dat de VVD-fractie het preventiebeleid dat de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport leek uit te willen voeren, niet steunt. De minister bracht eerder aspecten aan zoals een verhoging van accijnzen op premixen en bier en het terugdringen van de verkooppunten<sup>42</sup>. Schippers (VVD), Hermans (LPF) en Buijs (CDA) reageerden met een motie op deze voorstellen.<sup>43</sup> Zij stelden dat door accijnsverhogingen alcoholgebruik en misbruik onder jongeren terug te dringen niet zullen werken. Hierbij haalde ze Duitsland bij als voorbeeld, waar hetzelfde was geprobeerd. In Duitsland leidde het tot een verschuiving naar andere alcoholhoudende dranken. Verder lieten ze weten dat de accijns op bier in Nederland in vergelijking met anderen relatief hoog was. Uiteindelijk zou het leiden tot het verschaffen van alcoholhoudende dranken in het buitenland.

Tijdens deze evaluatie werden door Timmer (PvdA) en van der Staaij (SGP) een motie ingediend over de happy hours en stuntprijzen. Deze twee aspecten kunnen leiden tot meer en uiteindelijk overmatig alcoholgebruik. Gemeenten en horecagelegenheden hadden volgens deze twee leden een taak om overmatig alcoholgebruik onder jongeren terug te dringen. Daarom verzochten zij de regering om in overleg te treden met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten en Koninklijke Horeca Nederland om tot afspraken te komen over de te nemen maatregelen op het gebied van happy hours en stuntprijzen.<sup>44</sup>

Bovengenoemden en Kant (SP) brachten ook naar voren dat er enkele jaren eerder werd gesproken over de noodzaak om alcoholhoudende dranken die (ver) onder de kostprijs werden aangeboden, wettelijk te verbieden. Zij verzochten door middel van deze motie de regering dit wettelijk verbod na te komen.<sup>45</sup> De minister kwam hier 5 april 2006 op terug. Hij vond het doel van de motie, het terugdringen van alcoholgebruik door verhoging van de consumentenprijzen, zeer aannemelijk.<sup>46</sup> Desondanks had hij vraagtekens of het verbieden van alcohol (ver) onder de kostprijs een effectieve maatregel was om dit te bereiken. Stuntprijzen gingen namelijk om eenmalige aanbiedingen en het was volgens hem niet aannemelijk dat een verbod het structurele probleem van alcoholgebruik en misbruik onder jongeren zou oplossen. De verstrekker zou dan gedwongen worden een aparte administratie bij te houden om aan te kunnen tonen dat er ten tijde van de overtreding geen sprake was geweest van verkoop (ver) beneden de kostprijs. Het voorstel was niet haalbaar, omdat het teveel administratieve lasten met zich mee zou brengen.<sup>47</sup> Daarom werd het wetsvoorstel niet opgenomen in de Drank- en Horecawet. Hij verwachtte meer oplossingen als accijnsverhogingen van alcoholhoudende drank structureel verhoogd zou worden. Dit werd echter door de Tweede Kamer verworpen.

#### **2.3.4 Balkenende IV (2007-2010)**

Ab Klink was aangetreden als nieuwe minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, toen dit kabinet aantrad op 22 november 2007. Klink was, in tegenstelling tot zijn voorganger, wel voorstander van het aanpakken van happy hours en stuntprijzen.<sup>48</sup> Hij wilde uitvoering geven aan de ingediende motie op 15 juni 2005 van van der Staaij (SGP) en Timmer (PvdA).

---

<sup>40</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29299-8.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>41</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20032004-5231-5231.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>42</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20042005-5416-5419.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>43</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20042005-5416-5419.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>44</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20042005-5416-5419.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>45</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20042005-5416-5419.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>46</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29894-12.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>47</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-23.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>48</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/ah-tk-20062007-1380.html> (bekeken op 18 januari 2017)

Op 20 december 2007 werd er een motie ingediend door Voordewind (CU) en Leijten (SP) om onderzoek te doen naar de mogelijkheid om een duidelijke en zichtbare label te ontwikkelen voor alcoholhoudende dranken, waarin wordt gewezen op de risico's en gevaren van alcoholgebruik en misbruik, net zoals bij tabak. In een aantal andere landen werden alcoholhoudende dranken ook al voorzien van een waarschuwingstekst.<sup>49</sup> De Minister reageerde 20 augustus 2009 op deze motie. Hij concludeerde dat er nog niet wetenschappelijk was aangetoond dat labels op alcoholhoudende producten tot gedragsverandering zouden leiden. Zodra dit bewezen zou zijn, zou het kabinet haar standpunt herzien. Bovendien zou dit veel administratieve lasten voor het bedrijfsleven met zich teweeg brengen. Fabrikanten zouden immers verplicht worden hun verpakkingen speciaal voor de Nederlandse markt aan te passen.<sup>50</sup>

Door Voordewind (CU) werd samen met Joldersma (CDA) en van der Vlies (SGP) een motie ingediend op dezelfde datum met het verzoek voor een VNG-gedragscode om een landelijke gedragscode te ontwikkelen voor vroeg-op-staptijden in de horeca voor jongeren. Dit, omdat overmatig alcoholgebruik onder jongeren kan voortvloeien uit de late sluitingstijden van horecagelegenheden.<sup>51</sup> Deze motie werd verworpen door de kamer.

Bouwmeester (PvdA) diende ook op 20 december 2007 een motie in met het verzoek om een landelijk beleid uit te voeren met regels voor het sluiten van de alcoholafdeling van een supermarkt, wanneer daar alcohol wordt verstrekt aan jongeren jonger dan 16 jaar.<sup>52</sup> Zij vond dat supermarkten die toch alcohol verkocht aan jongeren onder de 16 jaar strenger aangepakt moesten worden. De regering moest de burgemeester de bevoegdheid geven om een alcoholafdeling van een supermarkt te sluiten indien de wet werd overtreden. Alle verkooppunten moesten onder een soortgelijk regime vallen. Deze motie werd uiteindelijk afgewezen door de minister, maar de minister wilde dit wetsvoorstel wel enigszins tegemoet komen. De minister stelde de Kamer voor om in het wetsvoorstel de minimum- en maximumstraffen op te nemen voor winkeliers die voor de derde keer het verbod op verkoop van alcohol aan jongeren onder de 16 jaar overtreden.<sup>53</sup> Het zogenaamde three-strikes-out wetgeving.

Op dezelfde datum werden door van der Vlies (SGP) twee moties ingediend. De eerste over het strafbaar stellen van het doorverkopen van alcohol aan minderjarige jongeren.<sup>54</sup> De tweede motie met het verzoek om landelijke strafbaarheid van het in bezit hebben van alcoholhoudende drank onder de 16 jaar. Volgens van der Vlies moest dit niet overgelaten worden aan de gemeenten, omdat dit kon leiden tot onduidelijkheid.<sup>55</sup> De minister bracht tijdens het beantwoorden van deze moties allereerst naar voren dat het lastig was om een persoon onder de 16 jaar strafbaar te stellen, wanneer deze in kwestie zelf alcohol had verschaft. Als de jongere onder de 16 jaar ook strafbaar zou worden gesteld, zou dat tot problemen kunnen leiden voor de handhaving. In dat geval is er namelijk sprake van een *duo delict*, waarbij zowel de verkoper als koper verdacht zijn en zich allebei kunnen beroepen op hun zwijgrecht. Dit zou problemen op kunnen leveren en maakte het erg gecompliceerd.<sup>56</sup> Het doorverkopen van alcohol aan minderjarige jongeren werd niet strafbaar gesteld, omdat verstrekkers sowieso op moesten letten aan wie ze alcohol verkochten en in acht moesten nemen dat ze bij twijfel over de uiteindelijke eigenaar, niet mochten verkopen. Daarbij werd de aanwezigheid van alcoholhoudende drank in een openbare ruimte bij een jongere jonger dan 16 jaar wel strafbaar gesteld in de nieuwe wetgeving. Het maakte dan immers niet uit hoe deze persoon aan de alcoholische drank was gekomen.<sup>57</sup>

---

<sup>49</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-56.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>50</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-94.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>51</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-38.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>52</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-43.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>53</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-60.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>54</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-53.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>55</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-42.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>56</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-75.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>57</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-75.html> (bekeken op 18 januari 2017)

Er werd wederom een motie ingediend om de regering te verzoeken af te zien van de voorgenomen accijnsverhoging op alcoholische dranken. Schippers (VVD), van der Ham (D66) en Agema (PVV) waren tegen de verhoging, omdat het nauwelijks effect zou hebben.<sup>58</sup> Deze motie werd verworpen.<sup>59</sup>

Schippers (VVD) diende ook een motie in om de administratieve lastendruk die de Drank- en Horecawet met zich meebrengt te verlagen. Dit werd al een aantal jaar toegezegd, maar door de regering vertraagd. Met de administratieve lastendruk werd voornamelijk de specifieke administraties omtrent alcoholhoudende drank bedoeld.<sup>60</sup> Deze motie werd op 18 augustus 2008 verworpen, omdat het wel maatregelen bevat om schadelijk alcoholgebruik bij jongeren tegen te gaan.<sup>61</sup>

Er werd geconstateerd dat onder bepaalde groepen jongeren illegale gelegenheden ontstonden, waar veel alcohol werd geschonken aan minderjarige jongeren. De motie van Dibi (GL) en van der Ham (D66) ging over het tekort aan uitgaansmogelijkheden voor jongeren tussen de 12 en 18 jaar. Ondanks dat de Drank- en Horecawet gefocust was op het terugdringen van alcoholgebruik en misbruik, moest er ook aandacht komen voor positieve prikkels voor jongeren. De regering zou met de gemeenten in gesprek moeten gaan over het creëren van betere uitgaansmogelijkheden.<sup>62</sup> Een soortgelijke motie werd samen met Schippers (VVD) ingediend. Deze richtte zich specifiek over het verruimen van openings- en sluitingstijden van horecagelegenheden, zodat jongeren in een veilige omgeving zonder alcohol uit konden gaan.<sup>63</sup> De laatste motie werd verworpen door de kamer.<sup>64</sup>

De eerste motie over een verhoging van de leeftijdsgrens van alcohol sinds 2000 werd ingediend door Joldersma (CDA) en Voordewind (CU). Zij verzochten de regering de gemeenten met specifieke alcoholproblematiek te laten experimenteren met een hogere leeftijdsgrens. Dit zou binnen twee jaar moeten resulteren tot een conclusie over effectieve beleidsmaatregelen.<sup>65</sup> Op deze motie werd meteen gereageerd met een motie van Schippers (VVD), Bouwmeester (PvdA) en van der Ham (D66). Zij beargumenteerden dat het verschil in beleid tussen gemeenten niet zou bijdragen aan een eenduidig landelijk beleid en een duidelijke norm binnen het land. Zij verzochten de regering daarom de gemeenten geen bevoegdheid te geven om gemeenten te laten experimenteren met een hogere leeftijdsgrens en de leeftijdsgrens van 16 jaar te blijven hanteren.<sup>66</sup>

Op 19 juni 2008 kwamen Kamerleden Leijten (SP) en Bouwmeester (PvdA) met de motie om de regering een plan op te laten stellen voor een brede spreiding van alcoholpoli's, om zo de jongeren beter te informeren over de gevaren van alcoholgebruik. Daarbij vonden ze het belangrijk dat jongeren die in het ziekenhuis terecht kwamen vanwege alcoholmisbruik, direct daarna door een therapeutisch traject zouden gaan, om zo herhalingen terug te dringen.<sup>67</sup>

Op 27 mei 2009 werd door van Gent (GL) een motie ingediend om onderzoek te doen naar plekken waar comazuipen plaatsvond, om zo gericht in te grijpen. In 2008 waren er 337 minderjarige jongeren die zichzelf in coma hadden gezopen.<sup>68</sup> Het was namelijk onbekend waar het comazuipen gebeurde.

### 2.3.5 Rutte I (2010-2012)

Op 14 oktober 2010 trad het nieuwe kabinet Rutte I aan, met als nieuwe minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport Edith Schippers.

---

<sup>58</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-51.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>59</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20072008-3117-3118.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>60</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-44.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>61</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29515-263.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>62</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-50.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>63</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-55.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>64</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20072008-3117-3118.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>65</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-36.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>66</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-41.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>67</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-69.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>68</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-87.html> (bekeken op 18 januari 2017)

Op 16 juni 2011 werd een motie ingediend voor uniforme etikettering op alcohol, waarop waarschuwingen staan voor gezondheidsrisico's. Deze motie werd ingediend door Voordewind (CU), van der Staaij (SGP) en Kooiman (SP). Zij constateerden dat er wereldwijd in een aantal landen dit al werd toegepast. Op tabak was dit immers ook al van toepassing.<sup>69</sup> Deze motie werd echter verworpen door de Tweede Kamer.

Op 7 maart 2012 was er een vergadering in de Tweede Kamer waarbij verschillende moties werden ingediend. Bouwmeester (PvdA) diende twee moties in. In zijn eerste motie verzocht hij de regering een plan van aanpak met meetbare doelen voor de verbetering van preventie en handhaving van de leeftijdsgrens vast te stellen. Het kabinet wilde de leeftijdsgrens van 16 pas naar 18 jaar verhogen als de preventie en handhaving in orde waren.<sup>70</sup> In zijn tweede motie verzocht hij de regering er voor te zorgen dat er bij elke school een preventiemedewerker jeugdverslavingszorg betrokken is. Het ging hier om de kennis en expertise van deze medewerkers bij signalering, het herkennen en erkennen van gebruik.<sup>71</sup>

Kamerlid de Mos (PVV) diende een motie in om jongeren onder de 16 jaar, die onder invloed zijn van alcohol of zodra zij onder invloed een haltwaardig delict hebben gepleegd, altijd mee te laten nemen naar het politiebureau. Pas op het politiebureau zou contact opgenomen worden met ouder(s)/verzorger(s). Deze jongeren zouden altijd doorverwezen moeten worden naar bureau Halt of naar het OM.<sup>72</sup> Deze motie is verworpen door de Kamer, omdat jongere al meegenomen moesten worden naar het bureau zodra zij onder invloed waren.

Kamerleden Voordewind (CU), van der Staaij (SGP), Bouwmeester (PvdA) en Bruins Slot (CDA) dienden een wetsvoorstel in 2012 in om in het gehele land één leeftijdsgrens van 18 jaar vast te stellen.<sup>73</sup> De leden van de PVV-fractie vreesden dat de jongeren nog meer overmatig zouden drinken in privékringen, als deze wetswijziging zou worden ingevoerd.<sup>74</sup> De leden van D66 waren het eens met de PVV. Door de verhoging van de leeftijdsgrenzen, zouden minderjarige jongeren minder tot niet naar horecagelegenheden gaan, want daar zouden ze dan niet mogen drinken.<sup>75</sup> De andere partijen omarmden het wetsvoorstel.

---

<sup>69</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-32022-63.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>70</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20112012-60-14.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>71</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20112012-60-14.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>72</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20112012-60-14.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>73</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-33341-6.html> (bekeken op 18 januari 2017)

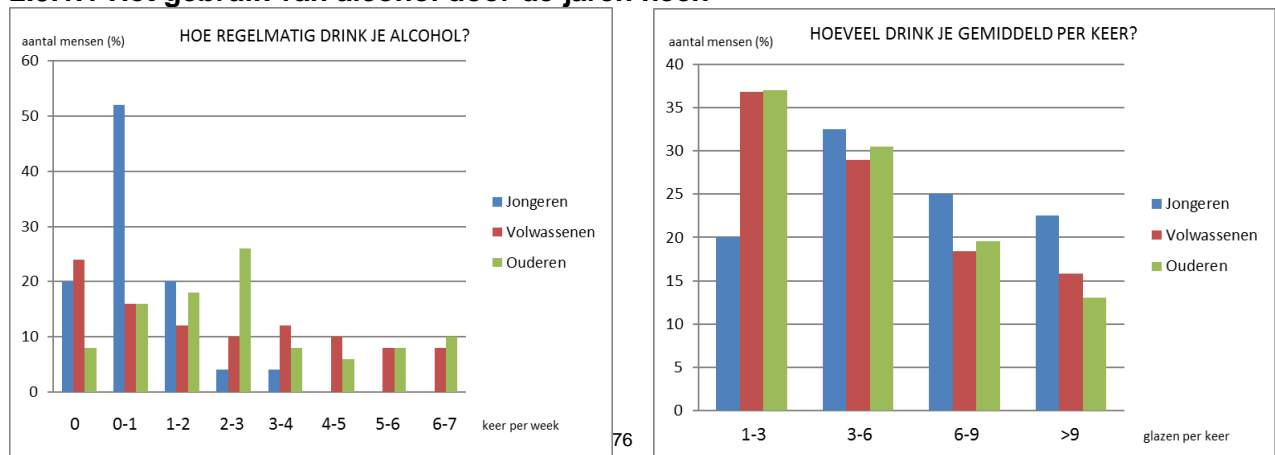
<sup>74</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-33341-6.html> (bekeken op 18 januari 2017)

<sup>75</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-33341-6.html> (bekeken op 18 januari 2017)

## 2.4 Casus: het drinkgedrag van jongeren.

In deze casus wordt het drinkgedrag van jongeren vanaf de meest recente wetswijziging omtrent het alcoholbeleid, 2014, bekeken. Deze casus moet zorgen voor meer duidelijkheid over het drinkgedrag van jongeren, om vervolgens de essentie van meer maatregelen jegens het alcoholbeleid aan te tonen. Verder moet de casus ook een bredere kijk op het gebruik van alcohol onder jongeren geven, ongeacht de leeftijd. Daarom zijn de leeftijden waar sommige onderzoeken op slaan uiteenlopend vanaf 12 tot 30 jaar. Deze casus komt voort uit statistieken van wetenschappelijke onderzoeken.

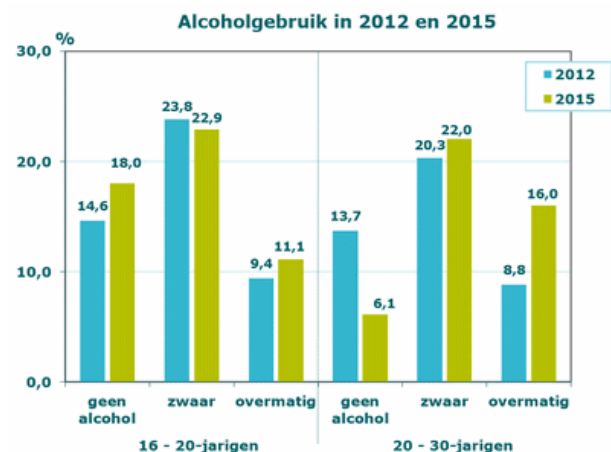
### 2.5.1.1 Het gebruik van alcohol door de jaren heen



In dit onderzoek werd het gebruik van alcohol onder jongeren per generatie bekeken. De blauwe staven in bovenste grafieken geven het alcoholgebruik van jongeren weer. Hoe vaak ze drinken en hoeveel er gedronken wordt. Hier komt duidelijk naar voren dat de jongeren die onderzocht zijn niet regelmatig alcohol benutten, maar wanneer ze het wel doen, heel veel in een keer drinken. Ruim 53% van de van de jongeren geeft aan dat ze meer dan vijf glazen per keer drinken. Dit staat gelijk aan binge drinken. De ontwikkeling die dit onderzoek beschrijft en de conclusie was later ook bevestigd vanuit het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.<sup>77</sup>

### 2.5.1.2 Nederlands Jeugdinstituut

In de grafiek van het Nederlandse Jeugdinstituut<sup>78</sup> wordt het drinkgedrag van jongeren in 2015 vergeleken met 2012. De cijfers komen van het CBS. Hoewel deze casus over het drinkgedrag van jongeren vanaf 2014 bekijkt, is het interessant om te zien dat de percentages van overmatig alcoholgebruik zijn gestegen. Bij zwaar alcoholmisbruik onder 16 tot 20 jarigen is het in verhouding met 2012 maar met 0,9% gedaald, ondanks alle beleidsmaatregelen ten aanzien van alcohol. Bij de 20 tot 30 jarigen is dit percentage zelfs gegroeid met 1,7%. Er moet wel bij vermeldt worden dat het aantal jongeren onder de 20 die geen alcohol drinken is gestegen. Dit percentage is wel klein (3,6%).



<sup>76</sup> Gezmen, A Borkent, S., (2015), Alcohol-, drugs-, en tabaksgebruik: vroeger vaak, nu meer. In dit onderzoek werden de jongeren gecategoriseerd in de leeftijdsgrenzen van 15 tot 25 jaar.

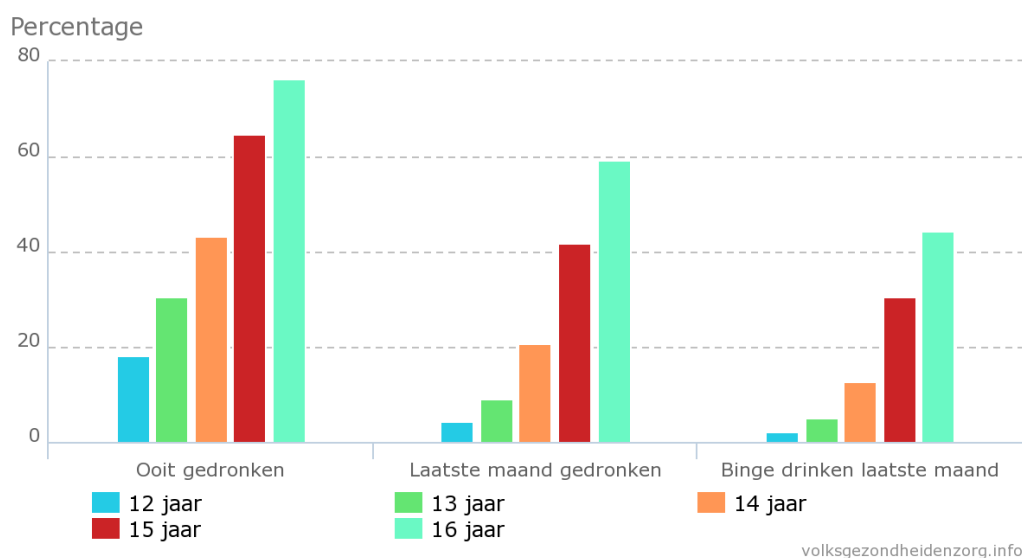
<sup>77</sup> Het complete interview met het Ministerie is opgenomen in de bijlage.

<sup>78</sup> <http://www.nji.nl/nl/Databank/Cijfers-over-Jeugd-en-Opvoeding/Cijfers-per-onderwerp-Alcoholgebruik> (bekeken op 2 november 2016)

### 2.5.1.3 Percentages drankgebruik 12-18 jarigen

Dit onderzoek<sup>79</sup> richtte zich op de jongeren van 12 tot en met 16 jaar. Dit onderzoek geeft aan dat er onder de 12-jarigen 18,2% al eens heeft gedronken, waarvan 4,3% in de afgelopen maand. 2,2% van alle 12-jarigen zou zelfs hebben binge gedronken in de afgelopen maand. 20,6% van de 13-jarigen gaf aan al ooit gedronken te hebben. Bij de vraag of ze de laatste maand hadden gedronken gaf 9,2% aan van wel. 5,2% zou zelfs hebben gedaan aan binge drinken. Onder de 14 jarigen gaf 43,1% aan al ooit gedronken te hebben. 20,6% gaf aan dat ze de afgelopen maand gedronken hadden en 12,6% zou zelfs al hebben binge gedronken. Bij de 15-jarigen waren deze percentages eveneens 64,9%, 41,8% en 30,5%. De 16-jarigen scoorden het hoogst met de percentages 76,2%, 59,3% en 44,2%.

#### Alcoholgebruik onder scholieren naar leeftijd, 2015



### 2.5.4 Locaties waar alcohol wordt gekocht

Studenten die alcohol drinken (afgelopen maand gedronken): Locaties waar meestal zelf alcohol gekocht wordt, naar leeftijd (% , 16 t/m 18 jaar)<sup>80</sup>

	16 jaar	17 jaar	18 jaar
Koopt nooit zelf alcohol	62	55	11
Supermarkt	6	7	39
Slijterij	3	6	16
Café of bar	11	12	12
Discotheek of club	10	14	18
Sportkantine	1,3	0,9	1,2
Snackbar	0,2	0	0,4
Hok, schuur of keet	4	3	1,2
Ergens anders	3	2	1,4

<sup>79</sup> Grafiek is samengesteld door volksgezondheidszorg.info, de studie naar deze cijfers is gedaan door van Dorsselaer et al., 2016

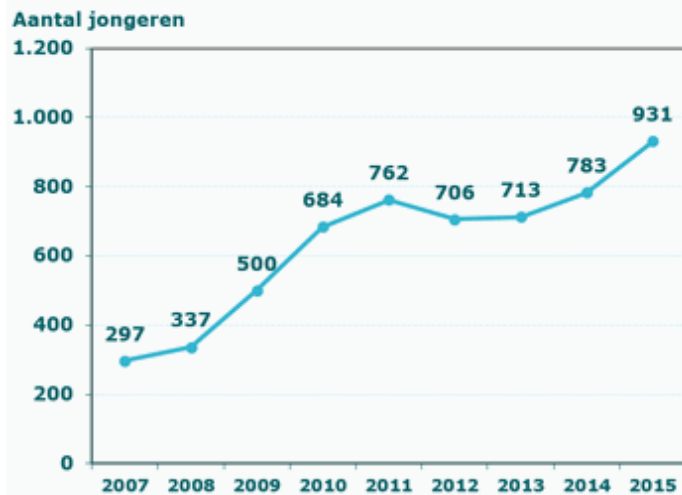
<sup>80</sup> <https://assets.trimbos.nl/docs/3d58d4d7-22ae-41ef-a929-85c2a06711d7.pdf> Verdurmen et al., 2016. Grafiek is samengesteld door mijzelf. (bekeken op 10 december 2016)

Dit onderzoek is mogelijk gemaakt door het ministerie van Volksgezondheid en uitgevoerd door het Trimbos instituut.<sup>81</sup> Dit onderzoek toont aan in welke mate (minderjarige) jongeren in staat zijn zelf alcohol te kunnen kopen. Het valt op dat minderjarige jongeren in een café, bar, discotheek of club relatief gezien nog makkelijk alcohol kunnen consumeren. Dit zou door middel van beleid en wetten meer teruggedrongen kunnen worden.

### 2.5.1.5 Ziekenhuisopnames

In het onderzoek van Lely et al.,<sup>82</sup> is bekeken hoeveel minderjarige jongeren ziekenhuisopname hebben gehad als gevolg van (overmatig) alcoholgebruik. Opvallend is, dat er vanaf 2014, het jaar dat de leeftijdsgrens van alcohol van 16 naar 18 jaar veranderde, een flinke stijging is geweest in het aantal ziekenhuisopnames. In 2015 is er een stijging van maar liefst 18,9% ten opzichte van 2014. Ten opzichte van 2007 is het zelfs een stijging van 219,5%.

Alcohol-gerelateerde ziekenhuisopnames (2007-2015)



### 2.5.2 Screenshots

In de screenshots (die in de bijlage zijn opgenomen) is o.a. te zien dat jongeren zich zelfs verheugen op overmatig alcoholgebruik. Er worden grapjes gemaakt over het belanden in een coma, door overmatig alcoholgebruik. Drankcontroles worden niet goed uitgevoerd, dus jongeren kunnen hun gang gaan zodra de deuren op slot zijn. Er wordt gezegd dat er geen leuke stemming zou zijn zonder alcohol. Om dronkenschap te bereiken, wordt zelfs gedronken op lege maag. Verder wordt besproken dat iemand een beetje rum kan pakken, als de ouder uit het huis is vertrokken. Ook wordt besproken of er nog contacten zijn boven de 18 jaar, die alcohol voor de minderjarige jongeren kan kopen. Tenslotte wordt zelfs afgesproken dat iedereen zich moet houden aan een 'afspraak', omdat de ouders van deze jongeren niet weten dat ze gaan drinken.

### 2.5.3 Eigen ervaringen met het verkrijgen van alcohol

Ik ben sinds juni vorig jaar 18. Drink ik pas sinds mijn 18e? Nee, als mijn vrienden en ik alcohol wilden drinken, kwamen wij er altijd wel aan. De gevaren waren en zijn nog steeds niet erg bekend onder jongeren. Bij sommige gelegenheden word je zelfs raar aangekeken als je een glaasje overslaat en ach, als iedereen om je heen drinkt, kan het toch geen kwaad? Wat ik vaak doe met mijn vrienden is een avondje het terras op gaan. Degenen die nog geen 18 zijn, wachten soms even voor ze gaat zitten en wij bestellen alvast. In enorme druktes is dit een makkelijke manier om toch voor iedereen aan alcohol te komen. Zelf werk ik in de bediening. Het controleren van de leeftijden gaat bij mij goed. Wel heb ik eens meegemaakt dat een tafel, met twee ouders en twee jongeren, mij de hele avond enorm slecht heeft behandeld en zelfs bijna wegliep omdat ik om legitimatie van deze jongeren (duidelijk geen 18 jaar) vroeg nadat de ouders een fles wijn met vier glazen hadden besteld. Ze zeiden uiteindelijk alleen maar 'voor het idee' te willen proosten. Hoewel wij inderdaad geen drank mogen schenken aan minderjarigen en bij overtreding zelfs een enorme boete krijgen, is het oprecht heel lastig om het soms zo goed mogelijk te handhaven. Mijn vrienden, deze ouders en ook ik denken bij het bestellen van alcohol in een horecazaak, die voor een

<sup>81</sup> Het Trimbos-instituut doet onderzoek naar geestelijke gezondheid, mentale veerkracht en verslaving.

<sup>82</sup> Lely, N., Schreurs, C., van Hoof, J., F. & van Dalen, W. (2016). Factsheet Alcoholopnames en alcoholintoxicaties bij minderjarige jongeren van 2007 tot en met 2015. NSCK, Reinier de Graaf, STAP en Universiteit Twente.

minderjarige jongere is bedoeld, niet veel na, want in die situatie is alleen de horecazaak is in feite strafbaar.



## 3. Het Nederlandse mediabeleid ten aanzien van alcohol

### 3.1 Wat is de geschiedenis van het mediabeleid ten aanzien van alcohol vanaf 2000?

Deze paragraaf begint met een uitleg over de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken. Er wordt ingegaan op wat het precies inhoudt en waarom het is ontstaan. In paragraaf 3.2.2 zullen de moties van Tweede Kamerleden vanaf het kabinet-Kok worden besproken. De kabinetsperiodes zonder moties zullen niet aan bod komen.

#### 3.1.1 De Reclamecode voor Alcoholhoudende drank

Alcoholreclame is in Nederland aan geen enkele specifieke wet gebonden. In veel Europese landen wordt alcoholreclame echter niet alleen beperkt door zelfregulering, maar ook door wetgeving.

In 1986 wilde het kabinet alcoholreclame op radio en televisie verbieden. Effectieve lobby uit de alcoholindustrie voorkwam dat. Als compromis kreeg het bedrijfsleven de kans alcoholreclame zelf te reguleren.

De Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken is zelfregulering van de alcoholbranche, opgesteld door de STIVA (Stichting Verantwoorde alcoholconsumptie) als onderdeel van de Nederlandse Reclame Code. Alleen naar aanleiding van klachten worden reclame-uitingen getoetst door de Reclame Code Commissie en als de klachten gegrond zijn, boetes opgelegd.<sup>83</sup>

#### 3.1.2 Moties van Tweede Kamerleden

##### 3.1.2.1 Kabinet-Kok II (1998-2002)

In het kabinet Kok II, was Els Borst-Eilers minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Op 8 oktober 2001 dienden de leden Oudkerk (PvdA), Hermann (GL), Kant (SP), Rouvoet (CU), Lambrechts (D66) en van der Vlies (SGP) een motie in om alcoholmarketing gericht op jongeren te verbieden.<sup>84</sup> De minister reageerde positief op deze motie.<sup>85</sup> Wel wilde hij dit eerst de mogelijkheid met de alcoholindustrie bespreken alvorens dit per wet te verbieden. Uiteindelijk werd de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken hiervoor aangescherpt, maar werd het niet bij wet verboden.<sup>8687</sup>

##### 3.1.2.2 Kabinet-Balkenende II (2003-2006)

In het kabinet Balkenende II, was Hans Hoogervorst minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Tijdens het algemeen overleg op 15 juni 2005 werden verschillende moties omtrent alcoholreclame ingediend.

Timmer (PvdA) en van der Staaij (SGP) verzochten de overheid om de Kamer voor 2005 inzicht te geven in de effecten van de gemaakte afspraken met betrekking tot de zelfregulering. Hoeveel reclames er zijn getoetst en daarna zijn afgewezen, de boetes die alcoholproducenten hebben gekregen en de tijdstippen waarop reclames worden uitgezonden.<sup>88</sup>

##### 3.1.2.3 Kabinet-Balkenende IV (2007-2010)

Ab Klink was aangetreden als minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Op 20 december 2007 werden door van der Vlies (SGP) en Leijten (SP) een motie ingediend om het verbod van alcoholreclame tussen 06.00 uur en 21.00 uur ten minste te laten gelden tot

---

<sup>83</sup> [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/beleid-alcoholreclame-en-alcoholmarketing%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/beleid-alcoholreclame-en-alcoholmarketing%20(3).pdf) (bekeken op 19 januari 2017)

<sup>84</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-7.html> (bekeken op 19 januari 2017)

<sup>85</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-20.html> (bekeken op 19 januari 2017)

<sup>86</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-21.html> (bekeken op 19 januari 2017)

<sup>87</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/ah-tk-20032004-669.html> (bekeken op 19 januari 2017)

<sup>88</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20042005-5416-5419.html> (bekeken op 19 januari 2017)

22.00 uur. Zij stelden dat het bereik na 21.00 uur nog erg groot is voor jongeren.<sup>89</sup> Schippers (VVD) reageerde hier op door een motie in te dienen om van dit verzoek af te zien. De regering zou eerst moeten onderzoeken of de zelfregulering netjes werd nageleefd.<sup>90</sup>

Leijten (SP) en Voordewind (CU) dienden ook op deze dag een motie in om alcoholreclames in bioscopen te verbieden.<sup>91</sup> Zij verzochten de regering ook om voor de zomer van 2008 hier meer over te kunnen vertellen. De minister bracht later in de brief naar voren hier werk van te maken en te onderzoeken of dit juridisch gezien mogelijk was.<sup>92</sup>

#### **3.1.2.4 Kabinet-Rutte I (2010-2012)**

Edith Schippers werd de nieuwe minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Op de vergadering van 7 maart 2012 werden enkele moties omtrent het mediabeleid ten aanzien van alcohol ingediend.

De moties waren van Voordewind (CU) en Kooiman (SP). De eerste motie ging over alcoholreclame in bioscopen. Zij verzochten de regering om alcoholreclame voor 21.00 uur niet meer toe te staan in bioscopen en na 21.00 uur alleen nog maar bij films met de kijkwijzerleeftijd vanaf 16 jaar.<sup>93</sup> In hun tweede motie verzochten zij de regering ook sponsoring van alcoholhoudende dranken tussen 06.00 uur en 21.00 uur stop te zetten.<sup>94</sup> In hun laatste motie verzochten zij de tijd van het verbod op alcoholreclame op televisie van 21.00 uur naar 22.00 uur te verzetten, omdat er nog steeds veel minderjarige jongeren voor 22.00 uur televisie zouden kijken.<sup>95</sup> Alle ingediende moties kregen echter geen meerderheid in de kamer, dus ze werden verworpen.<sup>96</sup>

---

<sup>89</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-52.html>

<sup>90</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-45.html> (bekeken op 23 januari 2017)

<sup>91</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-40.html> (bekeken op 23 januari 2017)

<sup>92</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-59.html> (bekeken op 23 januari 2017)

<sup>93</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-117.html> (bekeken op 23 januari 2017)

<sup>94</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-115.html> (bekeken op 23 januari 2017)

<sup>95</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-114.html> (bekeken op 23 januari 2017)

<sup>96</sup> <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20112012-62-18.html> (bekeken op 23 januari 2017)

## 3.2 In hoeverre heeft alcoholreclame invloed op jongeren?

Om advies uit te kunnen brengen over het mediabeleid ten aanzien van alcohol is het belangrijk om vast te stellen in hoeverre alcoholreclame invloed heeft op jongeren. Deze deelvraag gaat verschillende aspecten van reclame beïnvloeding langs. De onderzoeken die in deze deelvragen gebruikt worden, zijn besproken bij het bijgewoonde symposium over alcohol en sociale media/reclames.

### 3.2.1 Inhoud en volume

Bij alcoholreclames zijn twee belangrijke begrippen te onderscheiden: inhoud en volume. Deze termen hebben invloed op hoeveel jongeren worden beïnvloed door reclame.

Bij inhoud gaat het om de aantrekkelijkheid van de reclame. Associaties met bijvoorbeeld sociaal en/of seksueel succes, maar ook sport en veel geld worden door jongeren aantrekkelijk gevonden. Een dosis humor zorgt er ook voor dat jongeren sneller beïnvloed worden.<sup>97</sup>

Volume heeft betrekking op hoe vaak jongeren de alcoholreclame zien. Er is bewezen dat bij een hoger volume van alcoholreclames, jongeren eerder beginnen met drinken en ook meer zullen drinken.<sup>98</sup>

### 3.2.2 Correlatieve verbanden

Als er wordt gezegd dat twee verschijnselen gecorreleerd zijn, betekent dit dat een verandering in het ene verschijnsel gepaard gaat met een verandering in het andere verschijnsel. Er zou bijvoorbeeld sprake zijn van een correlatie tussen het gebruik van alcohol in een leuke reclame en behoefte om alcohol te drinken bij de kijker als een verandering in het volume van de reclame gepaard gaat met een verandering in de behoefte om alcohol te drinken bij de kijker. Er is alleen sprake van correlatie als er een systematisch verband bestaat tussen beide verschijnselen. Als het soms voorkomt, is het geen correlatie.

In het geval van positieve correlatie betekent dit dat een toename in alcoholreclames gepaard gaat met een toename in het alcoholgebruik en omgekeerd dat een afname in alcoholreclames gepaard gaat met een afname in het alcoholgebruik.

Er is sprake van een negatieve correlatie als een toename in alcoholreclames gepaard zou gaan met een afname in het alcoholgebruik.<sup>99</sup>

Onderzoek heeft aangetoond dat er sprake is van een positieve correlatie bij alcoholreclames.<sup>100</sup> Dit betekent dus dat er een toename is in het gebruik van alcohol, wanneer er een toename is in het volume van alcoholreclames.

### 3.2.3 Opvallend en levendig

Er zijn twee soorten stimuli die bestaan en onwillekeurig de aandacht van de kijker te trekken. Deze zijn goed te gebruiken als verklaring voor de werking en beïnvloeding van de media. Als iets opvallend is en als iets levendig is.

Opvallende stimuli trekken de aandacht omdat ze anders zijn dan andere en daardoor interessant.<sup>101</sup> De meest gehanteerde uitspraak in reclame is ook wel dat het geadverteerde product nieuw is.

Levendigheid is ook in grote mate van invloed op de aandacht van mensen. Levendige informatie trekt niet alleen de aandacht, maar houdt deze ook vast.<sup>102</sup> Dat komt omdat levendige informatie emotioneel interessant is. Verder staat levendige informatie dichterbij de mensen. Levendige informatie trekt de aandacht omdat daarbij meteen allerlei beelden opkomen.<sup>103</sup>

---

<sup>97</sup> Chen et al, (2005)

<sup>98</sup> Anderson et al, (2009)

<sup>99</sup> Shaffer, D. (2004) Social and Personality Development. Boston: uitgeverij Cengage Learning Inc

<sup>100</sup> <file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/factsheet-blootstelling-aan-alcohol-op-tv-leidt-direct-tot-verhoogde-alcoholconsumptie.pdf> (bekeken op 27 januari 2017)

<sup>101</sup> [https://faculty.washington.edu/agg/pdf/Gwald\\_Leavitt\\_JCR\\_1984.OCR.pdf](https://faculty.washington.edu/agg/pdf/Gwald_Leavitt_JCR_1984.OCR.pdf) (bekeken op 27 januari 2017)

<sup>102</sup> <https://www.heuvelmarketing.com/blog/content-marketing-hoe-trek-je-de-aandacht-met-jouw-blogartikel> (bekeken op 27 januari 2017)

<sup>103</sup> <https://worldsupporter.org/nl/summaries/samenvatting-sociale-psychologie> (bekeken op 27 januari 2017)

Producenten van alcoholreclame zorgen ervoor dat hun reclame deze twee stimuli bevatten. In de afbeelding hiernaast, een reclame van Heineken<sup>104</sup>, is te zien hoe een aantal jongens een inloopkoelkast in loopt met daarin alleen flesjes van Heineken. In plaats van de gillende vrouwen in de inloopkasten vol kleding, heb je nu de gillende mannen in de inloopkoelkasten vol met drank. Dit is opvallend, want het is nieuw. Het is ook erg levendig, want het trekt de aandacht van de kijker waar allerlei beelden bij opkomen. De kijker krijgt zo positieve associaties met alcohol.



### 3.2.4 Cultivatietheorie

De cultivatietheorie stelt dat kijkers informatie van televisie als een referentiekader hanteren bij het kijken naar de alledaagse werkelijkheid.<sup>105</sup> In het geval van alcoholreclames kan de vraag gesteld worden of jongeren die alcoholreclames op televisie zien, het gebruik van alcohol meer gaan zien als alledaagse werkelijkheid. Een soortgelijke kwestie is onderzocht.<sup>106</sup> Uit de resultaten bleek dat de mate waarin men televisie kijkt inderdaad van invloed is op hun weergave van de alledaagse werkelijkheid. De nieuwsgierigheid en onzekerheid van jongeren zorgt ook voor een verhoging van de cultivatie van opvattingen over alcohol in reclames.<sup>107</sup> Alcoholreclame draagt er ook toe dat jongeren alcoholgebruik vanzelfsprekend vinden. Het verdoezelt de nadelen en maakt ze minder bewust van de risico's.<sup>108</sup>

<sup>104</sup> <http://www.markethings.net/reclameklassieker-heineken-walk-in-fridge/> (bekeken op 27 januari 2017)

<sup>105</sup> L. J. Shrum (2004), "Magnitude of Effects of Television Viewing on Social Perceptions Vary As a Function of Data Collection Method: Implications For Psychological Processes"

<sup>106</sup> L. J. Shrum et al., (1998) The psychology of entertainment media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion

<sup>107</sup> M. Takens (2005), Reclame is geduldig, jongeren zijn gevoelig.

<sup>108</sup> Secretary of Health and Human Services (2000)

### 3.3 Casus: de stappen van STAP

Om een beter beeld te krijgen van de nadelen van zelfregulering van alcoholreclame, zijn de stappen die het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP) hebben genomen tegen de alcoholbranche in het onderzoek meegenomen. Alcoholreclame wordt pas getoetst, wanneer er een klacht wordt ingediend bij de Reclame Code Commissie. Klachten die volgens STAP gegrond genoeg zijn om bepaalde alcoholreclames te verbieden, worden toch vaak afgewezen door de Reclame Code Commissie. Directeur van STAP, Wim van Dalen, zei tijdens het symposium 'Alcohol en Sociale Netwerk Sites: Voorspellers en Effecten van Online Communicatie van Jongeren over Alcohol': *'Wij dienen soms geen eens meer een klacht in. Door de Reclame Code Commissie staan wij vaak voor lul, terwijl de klacht gegrond genoeg is. De code is multi-interpretabel en vaag.'*

#### 3.3.1 De stap tegen Heineken

De bekende reclame *"Biertje?"*<sup>109</sup> van Heineken heeft geleid tot een klacht van STAP tegen Heineken.<sup>110</sup> In de commercial ziet een jongen een meisje op een feest, dat hij erg graag wilt versieren. Hij weet alleen niet hoe. Hij loopt naar het meisje en vraagt: biertje? De commercial eindigt met het meisje dat naar hem lacht nadat hij het heeft gezegd. Een algemene suggestie is: met alcohol versier je iemand sneller. De specifieke suggestie bij deze commercial is: het drinken van Heineken leidt tot sociaal succes.



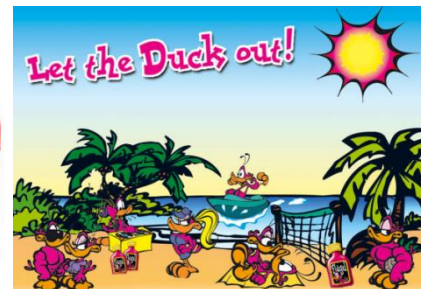
Donny, de jongen die het meisje in de commercial aanspreekt met 'Biertje?'

Artikel 8 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken staat: *"Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet de indruk wekken dat er een causaal verband is tussen de consumptie van alcoholhoudende drank en het hebben van sociaal en seksueel succes. Die indruk dat dit causale verband bestaat kan ook ontstaan door middel van de suggestie dat alcohol wordt geconsumeerd zonder dat consumptie daadwerkelijk in beeld komt."*<sup>111</sup>

De klacht van STAP werd afgewezen, omdat niet bewezen is dat de vraag "Biertje?" daadwerkelijk tot succes heeft geleid.<sup>112</sup>

#### 3.3.2 De stap tegen Flügel

In Artikel 10 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken staat dat alcoholreclame zich niet mag richten tot minderjarigen.<sup>113</sup> STAP heeft een klacht ingediend over de aantrekkelijkheid van Flügel. Felle kleuren en eenden zouden volgens STAP minderjarige jongeren aantrekken.<sup>114</sup> Dit werd later bevestigd door een onderzoek aan de Radboud Universiteit in Nijmegen.<sup>115</sup> De klacht werd afgewezen. De argumentatie van de Reclame Code Commissie luidde: als beelden of muziek ook minderjarigen aanspreken en als zij zich daarmee identificeren is nog niet aangetoond dat deze reclame ook op hen is gericht.<sup>116</sup>



<sup>109</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=kMClu4nsW4M> (bekeken op 1 september 2016)

<sup>110</sup> <http://www.stap.nl/nl/publicaties/rapporten.html/3455/695/klachten-alcoholreclame-2008#p3455> (bekeken op 1 september 2016)

<sup>111</sup> <https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=264%20&deel=2> (bekeken op 1 september 2016)

<sup>112</sup> [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008_1.pdf) (bekeken op 1 september 2016)

<sup>113</sup> <https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=264%20&deel=2> (bekeken op 1 september 2016)

<sup>114</sup> [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008_1.pdf) (bekeken op 1 september 2016)

<sup>115</sup> [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd_1.pdf) (bekeken op 1 september 2016)

<sup>116</sup> [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008_1.pdf) (bekeken op 1 september 2016)

Uit bovengenoemde uitspraak kan geconcludeerd worden dat alcoholreclame die aantrekkelijk is voor minderjarigen is toegestaan mits de officiële, door de adverteerder genoemde doelgroep, meerderjarig is.

### 3.3.3 De stap tegen Martini

Wederom diende STAP een klacht in bij de Reclame Code Commissie, omdat de reclame van Martini, volgens stap, een duidelijk verband had gelegd tussen het drinken van Martini en sociaal/seksueel succes. Dit zou in strijd zijn met Artikel 8 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken.

Martini had het volgende spotje op televisie: een ober komt met een bestelling, een glas Martini, een hotelkamer binnen. Daar treft hij een papegaai aan die dingen roept als 'oh baby, yeah baby,.. give it to me baby.' Vervolgens loopt een vrouw de badkamer uit en wikkelt ondertussen een handdoek om en zegt 'Martini baby?'.<sup>117</sup>



De klacht van STAP werd afgewezen, omdat de reclame duidelijk geen realistisch beeld van de werkelijkheid gaf en duidelijk humoristisch bedoeld was. Daardoor kon niet gesproken van een causaal verband tussen het drinken van Martini en sociaal/seksueel succes.<sup>118</sup>

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de alcoholbranche toch in staat is seksueel getinte commercials te produceren. Zo lang er flink wat humor en suggestie in zit, zijn ze niet in strijd met de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken. Ook het woord "consumptie" in Artikel 8 van de Reclamecode maakt het voor producenten van alcoholreclame toegankelijker toch seksueel getinte reclames te produceren, zolang er maar geen causaal verband in zit.

### 3.3.4 De stap tegen Bacardi

Op de afbeelding hiernaast is te zien dat de destijds wethouder (links) Stadsbeheer van de Gemeente Den Haag, Wilbert Stolte, de eerste Bacardi Breezer glasbak plaatst.<sup>119</sup> Rechts staat Mark de Witte, algemeen directeur Bacardi-Martini.

In Artikel 21 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken staat dat reclame voor alcohol in welke vorm dan ook geen publiek mag bereiken dat voor meer dan 25% uit minderjarigen bestaat. Verder staat er ook: *het bereik wordt vastgesteld over een representatieve meetperiode die wordt bepaald aan de hand van concrete omstandigheden van het geval (o.a. de locatie, het medium,*



<sup>117</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ynzw7DklinU> (bekeken op 28 januari 2017)

<sup>118</sup> [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd_1.pdf) (bekeken op 28 januari 2017)

<sup>119</sup> <http://slijtersvakblad.nl/Vaknieuws/1171/eerste-bacardi-glasbak-op-scheveningse-strand.html> (bekeken op 28 januari 2017)

*impact, proportionaliteit) en met behulp van zo objectief mogelijke bereikcijfers.<sup>120</sup>*

De klacht van STAP was dat deze glasbakken ook fungeerden als reclame. Aangezien op het strand op bepaalde tijdstippen meer dan 25% minderjarigen aanwezig zijn, vond STAP dat het in strijd was met de Reclamecode. De klacht werd echter afgewezen, omdat die niet gegrond genoeg was. STAP had namelijk geen bereikonderzoek gedaan naar de glasbakken. Er stond nergens zwart op wit dat meer dan 25% van de jongeren de glasbakken op een bepaalde tijdstip zouden zien.<sup>121</sup> Er bestaat geen algemeen bereiksonderzoek dat aantoont hoeveel minderjarigen op het strand komen. Dus het is haast onmogelijk om dit soort klachten toegewezen te krijgen.

---

<sup>120</sup> <https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginalD=264%20&deel=2> (bekeken op 28 januari 2017)

<sup>121</sup> [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd_1.pdf) (bekeken op 28 januari 2017)

## Hoofdstuk 4. Visies van de Nederlandse politiek

### 4.1 Wat zijn de verschillende visies van de huidige Nederlandse politieke partijen op het (media)beleid ten aanzien van alcohol?

Voor de verantwoording van wetswijzigingen die juist wel of niet zijn uitgevoerd moet er worden gekeken naar de verschillende visies van politici over het alcoholbeleid. Zo kunnen er ook moties ingediend worden die daadwerkelijk aangenomen zouden kunnen worden. Hierbij wordt niet alleen gekeken naar Kamerleden, maar ook voor het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Voor deze deelvraag is voor extra informatie met politici gecorrespondeerd.<sup>122</sup> De politieke partijen uit de Tweede Kamer die in deze paragraaf worden besproken zijn de SP, PvdA, CU, SGP, VVD en de PVV.

#### 4.1.1 Socialistische Partij (SP)

Het toenemende misbruik van alcohol, vooral onder jongeren, is volgens de SP zo zorgwekkend dat een scherper ontmoedigingsbeleid moet worden gevoerd. Om de 'grijpbaarheid' voor jongeren terug te brengen, moet de verkoop van alcoholhoudende dranken worden beperkt tot de speciaalzaken. Daarom moet verkoop van alcoholische dranken in de supermarkt gestaakt worden.

De SP pleit voor het scherper controleren en het verbeteren van toezicht van winkels op het verkopen van alcohol. Wanneer supermarkten drie keer de fout in gaan door alcohol te verkopen aan jongeren onder de 16 jaar, mag de supermarkt geen alcohol meer verkopen.

De SP stelt dat door het hele land alcoholpoli's moeten komen die jongeren en ouders hulp en nazorg bieden als de jongere met een alcoholvergiftiging wordt opgenomen in het ziekenhuis.

Voorlichting is erg belangrijk, voornamelijk voor ouders, vindt de SP. De schade die alcohol toebrengt aan het jonge brein rechtvaardigt een waarschuwing op de verpakking.

De toename van de alcoholproblemen onder ouderen is een zorgwekkend probleem, volgens de SP. Het aantal hulpvragen van ouderen met alcoholproblemen is de afgelopen jaren toegenomen. Door middel van preventie en voldoende hulp aan ouderen moeten alcoholproblemen aangepakt worden. Artsen en zorgverleners moeten goed kijken naar het medicatiegebruik van ouderen in combinatie met het alcoholgebruik van ouderen.

De SP vindt dat alcoholreclames verboden moeten worden, omdat die aanzetten tot meer drinken.



#### 4.1.2 Partij van de Arbeid (PvdA)

De PvdA is van mening dat er stevigere preventie nodig is ten aanzien van alcohol. Voor de PvdA is bij het alcoholbeleid de volksgezondheid een belangrijk uitgangspunt. Voor jongeren en ouderen. Ten aanzien van de preventie kan de PvdA verschillende maatregelen bedenken.

De PvdA wil jongeren preventief beschermen tegen alcohol(misbruik) via voorlichting en via wetgeving. Daarom is het inmiddels verboden om alcohol te verkopen aan jongeren onder de 18 jaar. Maar wetgeving alleen is onvoldoende. De PvdA vindt dat de overheid jongeren en ouders moet voorlichten over alcoholgebruik en de risico's hiervan. Een voorbeeld van preventie is de campagne NIX18 van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Deze campagne probeert de norm van jongeren, maar ook van hun ouders, dat drinken voor je 18e normaal is te veranderen. De PvdA wil bijvoorbeeld dat dit soort campagnes nog meer informeren over de risico's.



<sup>122</sup> Correspondentie is opgenomen in de bijlage.



Ook voor ouderen, boven de 18 jaar, is alcohol schadelijk. De PvdA vindt het gevaarlijk om te veel in te zoomen op de norm dat enkel tot je 18e alcohol niet oké is. Vooral omdat jongeren het idee kunnen krijgen dat ze na hun 18e zoveel kunnen drinken als ze willen. Juist voor jongvolwassen waarvan de hersenen zich nog ontwikkelen is alcohol erg schadelijk. Maar het gebruik van alcohol wordt in onze samenleving door alle leeftijdsgroepen als te gewoon ervaren. En dit heeft effect op de jongeren maar zeker ook op ouderen. De PvdA vindt dat mensen beter bewust moeten zijn van de schadelijke effecten van alcoholgebruik. Preventie doormiddel van campagnes die inzetten op cultuurverandering te samen met informatie over de risico's zijn daarin belangrijk. Mede gericht op ouderen.

De PvdA vindt het belangrijk dat er voor wordt gezorgd dat de minimum leeftijd wordt gehandhaafd omdat de wetgeving anders wordt uitgehold. Daarom is de PvdA ook voorzichtig met blurring, het combineren van bijvoorbeeld horeca en retail. Blurring kan leiden tot meer verkooppunten van alcohol waardoor de minimumleeftijd slechter te handhaven wordt. Maar blurring zorgt er ook voor dat alcohol een nog algemener fenomeen wordt. Dit vindt de PvdA zorgwerkend.

De PvdA stelt, dat Nederland het Franse model, de zogenaamde wet Evin, kan overwegen. Het is in het Franse model verboden alcoholmarketing te richten op jonge mensen en reclame mag alleen informatie bevatten over het product en een waarschuwing moet bevatten. Alcoholreclame mag daarom niet gekoppeld worden aan een lifestyle. Hetgeen de drank vaak aantrekkelijk maakt. Daarbij moet ook gekeken worden naar de combinatie van drank en sport. Zowel in de kantines als sponsoring bij grote sportevenementen.

#### 4.1.3 ChristenUnie (CU)

De verkoop van alcohol wordt gereguleerd met vergunningen. Als je alcohol wilt verkopen, moet je daarvoor een vergunning hebben. Door het aantal vergunningen flink in te perken, kan ook het aantal verkooppunten teruggedrongen worden.



Verslaving wordt tegengegaan door ervoor te zorgen dat jongeren geen alcohol drinken. De ChristenUnie heeft een initiatiefwet geschreven om de verkoop pas toe te staan vanaf 18 jaar. Dat is nu de regel. Vanuit onderzoek is bekend dat drinken op jongere leeftijd eerder leidt tot verslaving. De ChristenUnie zet zich ook in voor verslavingszorg.

Ook wil de ChristenUnie blurring voorkomen. Steeds vaker komt het voor dat er in boekhandels, bij de kapper etc. alcoholische dranken worden geschonken en dat mag niet. De VNG heeft hiervoor pilots in gemeenten en wil het toestaan. Dan zal alcoholconsumptie echter 'gewoon' worden en dat leidt weer tot meer verslaving. De ChristenUnie vindt dat de controle bij de verkooppunten zeer gering is en dat het beter moet.<sup>123</sup>

De ChristenUnie is niet voor een totaalverbod op reclame voor alcohol. Wel zijn ze voorstander van een aanscherping van de regels omtrent alcoholreclame. De ChristenUnie ziet graag dat er pas na 23:00 reclame gemaakt mag worden voor alcohol, en dat de bestaande richtlijn strakker wordt gehandhaafd in het geval van bijvoorbeeld reclameborden of bij Wereld/Europees Kampioenschappen.

<sup>123</sup> <https://www.christenunie.nl/k/n31012/news/view/1043786/528694/christenunie-bezorgd-over-tegenvallende-nix18-campagne.html> (bekeken op 17 januari 2017)

#### 4.1.4 Staatkundig Gereformeerde Partij (SGP)

De SGP is voor een krachtig ontmoedigingsbeleid door middel van wetgeving. Stunten met alcoholhoudende dranken, zoals 'happy hours' en verkoop (ver) onder de kostprijs van alcohol moeten worden verboden. De SGP pleit voor meer alcoholpoli's. Jongeren die daar terecht komen moeten een uitgebreid vervolgtraject van nazorg en voorlichting krijgen, volgens de SGP.



De SGP was een van de initiatiefnemers voor de verhoging van de leeftijdsgrens van alcoholhoudende dranken. Minderjarige jongeren die toch alcohol verschaffen of gebruiken, moeten hiervoor een boete krijgen. Verder dienen deze jongeren verplicht bijeenkomsten bij te wonen over de risico's en gevaren van alcoholmisbruik. De SGP vindt het belangrijk dat de ouders hier sterk bij worden betrokken.

Om het alcoholgebruik onder jongeren echt effectief terug te dringen, meent de SGP dat een verbod op alcoholreclame noodzakelijk is. Een verbod tussen 06.00 uur en 21.00 uur is onvoldoende omdat de doelgroep van jongeren rond de 16 jaar door deze maatregel niet wordt beschermd. Immers, zij zien doorgaans ook na 21:00 uur nog televisieprogramma's en komen dus nog teveel in aanraking met alcoholreclames. In elk geval is voldoende aangetoond – onder andere door STAP - dat zelfregulering niet werkt. Zelfregulering is een systeem dat in theorie veel voordelen biedt, maar in de praktijk onhaalbaar is. Daarvoor zijn de belangen van de alcoholbranche veel te groot.

#### 4.1.5 Volkspartij voor Vrijheid en Democratie (VVD)

De VVD wil dat jongeren beschermd worden tegen alcohol. Daarom heeft de VVD ingestemd met het verhogen van de leeftijdsgrens naar 18 jaar en steunt de partij de strenge handhaving op deze leeftijdsgrens. Het is belangrijk dat jongeren de gevaren en negatieve gevolgen van alcohol kennen, en daarom worden dan ook initiatieven op scholen waar voorlichting gegeven worden gesteund. Een particulier initiatief als Be Aware steunt de VVD bijvoorbeeld. Be Aware geeft voorlichting op scholen over het gevaar van verslavingen.



Tegelijkertijd vindt de VVD dat je vanaf je 18e zelf moet kunnen bepalen of je wel of niet drinkt, natuurlijk met mate. Reclame is voor hen dan ook iets wat er vanuit de ondernemer bij hoort, en waar ze geen noodzaak zien tot een verbod.

De VVD is wel van mening dat ze volwassenen niks op kan leggen. Volwassenen hebben zelf de vrije keus om te bepalen of zij willen drinken. *"Wel voorlichten, niet betuttelen."* <sup>124</sup>

#### 4.1.6 Partij Voor de Vrijheid (PVV)

De overheid dient zich wat de PVV betreft te beperken tot goede voorlichting en verder moet overheidsbemoeienis niet gaan. De PVV stelt dat de overheids campagne om alcoholgebruik onder jongeren tegen te gaan niks heeft opgeleverd en dat er meer kinderen met alcoholvergiftiging in het ziekenhuis beland. De leeftijdsverhoging heeft volgens de PVV niks opgeleverd. De instelling van de jongeren is doorslaggevend in hun keuzes dan het NIX-preventiebeleid van de overheid. <sup>125</sup> De PVV was dan ook tegen de leeftijdsverhoging van alcoholhoudende dranken.



**PARTIJ VOOR DE VRIJHEID**

<sup>124</sup> <https://vvd.nl/standpunten/roken-en-drinken/> (bekeken op 17 januari 2017)

<sup>125</sup> <https://www.pvv.nl/70-fj-related/karen-gerbrands/8196-ao-preventiebeleid.html> (bekeken op 17 januari 2017)

#### 4.1.7 Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport



Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport handelt vanuit de norm dat jongeren onder de 18 jaar geen alcohol mogen nuttigen, maar dat ook jongeren boven de 18 zich bewust zijn van de risico's en gevolgen van (overmatig) alcoholgebruik. Zodoende is het ministerie de wet- en regelgeving blijven ontwikkelen.<sup>126</sup>

Een maatregel die inmiddels is genomen, is het zogeheten 'namen en shamen' van verkoopplekken die de leeftijdsgrens slecht naleven. Onlangs zijn de nalevingscijfers van verschillende supermarkketens gepresenteerd aan de Tweede Kamer en openbaar gemaakt. Hierdoor kan iedereen dus zien hoe de verschillende supermarkten in Nederland de leeftijdsgrens van 18 jaar naleven. De komende jaren kan dit ook bij andere verkoopplekken, zoals de horeca of sportkantines,

worden gedaan.<sup>127</sup>

Ook heeft de Staatssecretaris gemeenten opgeroepen om hun toezicht vooral te laten controleren bij verkoopplekken die slecht presteren. Daarnaast kijkt de Staatssecretaris naar wat hij kan doen om de naleving door bedrijven die via internet alcohol verkopen en deze thuisbezorgen te laten verbeteren.

Aan jongeren onder de 18 mag geen alcohol verkocht worden. Er zijn nog wel steeds jongeren onder de 18 die drinken. Een aantal van die jongeren krijgt alcohol via ouders of vrienden. Naast in te zetten op handhaving zet het ministerie daarom met de NIX18 campagne in op de sociale omgeving van jongeren; ouders, vrienden en het algemeen publiek. Het doel van de campagne is het versterken van de sociale norm 'niet drinken en roken tot je achttiende'. Iedereen zou het normaal moeten vinden dat jongeren voor hun 18e niet roken of drinken. Om dat te bereiken is vanuit de campagne de NIX afspraak geïntroduceerd: een afspraak tussen ouder en kind om niet te roken en niet te drinken tot je achttiende.

Het ministerie is regelmatig bezig met de evaluatie van de Drank- en Horecawet. Deze wet moet geregeld geüpdatet worden. Daarnaast is het ministerie bezig om de NIX18-campagne breder op te zetten en uit te breiden met televisiespotjes.

Trimbos zet zich in opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport continu in om de laatste wetenschappelijke inzichten omtrent alcohol schade en beleid (via websites en infolijnen) te delen. Op scholen wordt voorlichting gegeven over middelengebruik waaronder alcohol. Verder lopen er onderzoeken waarmee het alcoholgebruik onder verschillende doelgroepen worden gemonitord en laat ze onderzoek uitvoeren naar het alcoholgebruik onder 55 plussers, aangezien ook in die groep alcoholproblematiek lijkt toe te nemen. Ook is Trimbos bezig met de ontwikkeling van een alcohol app. Verder verzorgen de gemeenten voorlichtingen en handhaving.

<sup>126</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/alcohol/inhoud/jongeren-en-alcohol> (bekeken op 17 januari 2017)

<sup>127</sup> Deze informatie komt uit het interview met het ministerie. Dit is verwerkt in de bijlage.

## 5. Conclusie

Welke wetswijzigingen zou de overheid moeten aannemen om de effectiviteit van het alcoholbeleid en het mediabeleid ten aanzien van alcohol te vergroten?

### Uniforme etikettering op alcoholhoudende dranken

Nr. 1)

#### MOTIE VAN HET LID GEZMEN

Voorgesteld op 30 januari 2017

De Kamer,

gehoord de beraadslaging,

constaterende, dat er nog te veel minderjarige jongeren zijn die alcoholische dranken nuttigen en er (minderjarige) jongeren zijn die alcohol excessief gebruiken;

constaterende, dat de wil bij (minderjarige) jongeren sterker weegt bij hun keuze om wel over te gaan op alcoholgebruik dan de wetgeving die nu dient om ze hiervoor te behoeden;

constaterende, dat er op tabak al etikettering aanwezig is om te waarschuwen voor gezondheidsrisico's en bij alcoholhoudende dranken nog niet;

overwegende, dat de overheid zich meer wil richten op preventie van alcoholgebruik (onder minderjarige jongeren);

verzoekt de regering om verpakkingen van alcoholhoudende producten te voorzien van uniforme etikettering, waarop waarschuwingen staan voor gezondheidsrisico's om gebruikers, en met name (minderjarige) jongeren, meer stil te laten staan bij de gevaren,

en gaat over tot de orde van de dag.

Gezmen

**Strafbaar stellen van minderjarige jongeren in de horeca wanneer zij drinken**

Nr. 2)

**MOTIE VAN HET LID GEZMEN**

Voorgesteld op 30 januari 2017

De Kamer,

gehoord de beraadslaging,

constaterende, dat de verantwoordelijkheid tussen horecaondernemer en minderjarige jongere op dit moment onevenwichtig is, omdat de horecaondernemer bij het schenken van alcohol aan een minderjarige jongere een enorme boete krijgt en de minderjarige jongeren geen boete;

constaterende, dat minderjarige jongeren nog steeds alcoholhoudende dranken in horecagelegenheden kunnen verschaffen;

constaterende, dat het voor de effectiviteit van het huidige beleid beter is om twee partijen strafbaar te stellen;

overwegende, dat dat wil om alcohol te nuttigen bij minderjarige jongeren sterk teruggedrongen moet worden;

verzoekt de regering de minderjarige jongeren in kwestie ook strafbaar te stellen en zo deze onevenwichtigheid op te heffen en zo de wil van de minderjarige jongere om alcohol te nuttigen in horecagelegenheden sterk terug te dringen,

en gaat over tot de orde van de dag.

Gezmen

**Verbod happy hours en stuntprijzen**

**Nr. 3)**

**MOTIE VAN HET LID GEZMEN**

Voorgesteld op 30 januari 2017

De Kamer,

gehoord de beraadslaging,

constaterende, dat happy hours en stuntprijzen leiden tot meer (excessief) alcoholgebruik en er voor zorgen dat jongeren eerder alcohol gaan drinken;

overwegende, dat op dit moment de gemeenten beschikken over zelfregulering en de verstrekkers van alcoholhoudende dranken regels op kunnen leggen;

constaterende, dat dit tot op heden niet genoeg is gebeurd;

verzoekt de regering om de regeling van happy hours en stuntprijzen weer centraal te regelen en bij wet te verbieden om het alcoholgebruik onder (minderjarige) jongeren meer terug te dringen,

en gaat over tot de orde van de dag.

Gezmen

**Verbod alcoholreclame**

**Nr. 4)**

**MOTIE VAN HET LID GEZMEN**

Voorgesteld op 30 januari 2017

De Kamer,

gehoord de beraadslaging,

constaterende, dat alcoholreclames bijdragen aan het eerder en meer (excessief) gebruik onder jongeren van alcoholhoudende drank;

constaterende, dat de zelfregulering van alcoholreclames een initiatief van de alcoholindustrie was en daarom de bijbehorende Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken nooit streng genoeg zal zijn;

constaterende, dat de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken multi-interpretabel is en gegronde klachten bij de Reclamecode Commissie meerdere malen zijn afwezen waardoor de alcoholindustrie vrij spel heeft;

overwegende, dat de overheid zich wil richten op preventie, maar verheerlijking van alcoholhoudende producten door middel van reclame wel toestaat;

verzoekt de regering een totaal verbod op positieve alcoholreclame in te stellen om zo de verheerlijking te stoppen en het alcoholgebruik onder (minderjarige) jongeren terug te dringen,

en gaat over tot de orde van de dag.

Gezmen

## 6. Evaluatie

Ik was al voor de eerste PWS-dag bezig voor het profielwerkstuk, maar toch heeft het onderzoek in de loop van de tijd vele veranderingen gekend. Dat is uiteindelijk alleen maar gedaan voor een zo goed mogelijk resultaat. Het resultaat, de moties, is helder en de conclusies die getrokken worden zijn in het onderzoek goed toegelicht. Dus zowel het onderzoek als het advies wordt opgestuurd naar de voorzitter van de Tweede Kamer. De kansen op reactie beschouw ik als zeer klein, maar het advies is niet zomaar geschreven.

Voor het onderzoek ben ik twee keer naar Den Haag geweest. De eerste keer naar de Koninklijke Bibliotheek voor meer bronnen, de tweede keer naar de Tweede Kamer om het plenair debat bij te wonen. Het doel was niet alleen het debat bijwonen, maar daarna ook politici proberen te 'spotten' om ze vragen te stellen. Helaas was dat niet gelukt, omdat het debat tot 23.00u 's avonds door ging. Wel heb ik deze dag veel geleerd over hoe het debat er aan toe gaat. Zo kreeg ik bij de verwerking van officiële documenten een beter beeld hoe het op dat moment in de Kamer gepresenteerd zou worden.

Het symposium aan de Universiteit van Amsterdam was ook zeer interessant. Ik heb voor de beantwoording van de deelvraag over de beïnvloeding van alcoholreclames ook geprobeerd zoveel mogelijk onderzoeken die deze dag waren gepresenteerd, te gebruiken.

Het was soms erg moeilijk om moties in een bepaalde tijd te vinden, omdat de meeste moties op de officiële site niet gezocht konden worden met alleen het woord 'motie' in de zoekopdracht. Om er toch zoveel mogelijk te vinden, heb ik moeten zoeken op Drank- en Horecawet en alcoholbeleid, en dat was niet altijd even praktisch gezien de zoekresultaten.

Ik ben trots op mijn uiteindelijke adviezen en ook vooral op de onderbouwingen daarvan, die in mijn verslag staan. Ik ben er ook van overtuigd dat dit realistische adviezen zijn om te realiseren in de praktijk. Daarbij zijn dit ook noodzakelijke maatregelen om het (excessieve) alcoholgebruik onder (minderjarige) jongeren terug te dringen.



## Bronnenlijst

### (Wetenschappelijke) onderzoeken

- Borkent, S., Gezmen, A. (2015), Alcohol-, drugs-, en tabaksgebruik: vroeger vaak, nu meer
- Lely, N., Schreurs, C, van Hoof, J., F. & van Dalen, W. (2016). Factsheet Alcoholopnames en alcoholintoxicaties bij kinderjarigen van 2007 tot en met 2015. NSCK, Reinier de Graaf, STAP en Universiteit Twente
- Chen et al, (2005)
- Anderson et al, (2009)
- Shaffer, D. (2004) Social and Personality Development. Boston: uitgeverij Cengage Learning Inc
- L. J. Shrum (2004) , Magnitude of Effects of Television Viewing on Social Perceptions Vary As a Function of Data Collection Method: Implications For Psychological Processes"
- L. J. Shrum et al., (1998) The psychology of entertainment media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion
- M. Takens (2005), Reclame is geduldig, jongeren zijn gevoelig

### Websites

- <https://www.trimbos.nl/actueel/nieuws/bericht/?bericht=2050> (bekeken op 10 december 2016)
- <http://nos.nl/artikel/2091440-fors-meer-jonge-comazuipers-die-nu-stiekem-drinken.html> (bekeken op 10 december 2016)
- <http://bmcpublikehealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-9-51> (bekeken op 10 december 2016)
- <https://www.jellinek.nl/vraag-antwoord/wanneer-ben-je-verslaafd-aan-alcohol-of-drugs/> (bekeken op 11 januari 2017)
- <https://www.druglijn.be/drugs-abc/alcohol/veelgestelde-vragen/wat-is-bingedrinken> (bekeken op 11 januari 2017)
- <http://wetten.overheid.nl/BWBR0002458/2015-01-01> (bekeken op 11 januari 2017)
- <file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/drank-%20en%20horecaverordering%20Wormerland%202014%20B3.pdf> (bekeken op 11 januari 2017)
- <https://www.breda.nl/product/vac/wat-zijn-paracommerci%C3%ABle-instellingen> (bekeken op 11 januari 2017)
- [https://nl.wikipedia.org/wiki/Happy\\_hour](https://nl.wikipedia.org/wiki/Happy_hour) (bekeken op 11 januari 2017)
- [https://nl.wikipedia.org/wiki/Nederlandse\\_kabinetten\\_sinds\\_de\\_Tweede\\_Wereldoorlog](https://nl.wikipedia.org/wiki/Nederlandse_kabinetten_sinds_de_Tweede_Wereldoorlog) (bekeken op 14 september 2016)
- <http://www.isgeschiedenis.nl/nieuws/geschiedenis-van-alcoholwetgeving/> (bekeken op 14 september 2016)
- <https://www.rijksoverheid.nl/regering/inhoud/over-de-regering/kabinetten-sinds-1945/kabinet-marijnen> (bekeken op 14 september 2016)
- [http://www.parlement.com/id/vhnnmt7i60x7/wetgeving\\_kabinet?key=g0ceiq7s](http://www.parlement.com/id/vhnnmt7i60x7/wetgeving_kabinet?key=g0ceiq7s) (bekeken op 14 september 2016)
- <file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/kst-25969-3.pdf> (bekeken op 18 september september)
- <https://zoek.officiëlebekendmakingen.nl/stb-2000-184.html> (bekeken op 10 december 2016)

- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2012-237.html> (bekeken op 10 december 2016)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2013-380.html> (bekeken op 10 december 2016)
- <http://www.vnpf.nl/media/files/brief-wijziging-drank-en-horecawet-per-1-januari-2014.pdf> (bekeken op 10 december 2016)
- <https://www.nix18.nl/> (bekeken op 10 december 2016)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-20.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-10.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29894-3.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-16.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-5.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-14.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-8.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-20.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kv-2020304260.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/ah-tk-20022003-597.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29299-4.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29299-9.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29299-8.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20032004-5231-5231.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20042005-5416-5419.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29894-12.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29299-8.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20032004-5231-5231.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20042005-5416-5419.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29894-12.html> (bekeken op 18 januari 2017)

- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-23.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/ah-tk-20062007-1380.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-56.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-94.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-38.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-43.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-60.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-53.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-42.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-75.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-51.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20072008-3117-3118.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-44.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-29515-263.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-50.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-55.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20072008-3117-3118.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-36.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-41.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-69.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-87.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-32022-63.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/h-tk-20112012-60-14.html> (bekeken op 18 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-33341-6.html> (bekeken op 18 januari 2017)

- <https://vvd.nl/standpunten/roken-en-dringen/> (bekeken op 17 januari 2017)
- <https://www.pvv.nl/70-fj-related/karen-gerbrands/8196-ao-preventiebeleid.html> (bekeken op 17 januari 2017)
- <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/alcohol/inhoud/jongeren-en-alcohol> (bekeken op 17 januari 2017)
- <https://www.christenunie.nl/k/n31012/news/view/1043786/528694/christenunie-bezorgd-over-tegenvallende-nix18-campagne.html> (bekeken op 17 januari 2017)
- <https://www.sgp.nl/standpunten/a/alcohol> (bekeken op 17 januari 2017)
- <http://www.nji.nl/nl/Databank/Cijfers-over-Jeugd-en-Opvoeding/Cijfers-per-onderwerp-Alcoholgebruik> (bekeken op 2 november 2016)
- <https://assets.trimbos.nl/docs/3d58d4d7-22ae-41ef-a929-85c2a06711d7.pdf> (bekeken op 10 december 2016)
- <https://www.youtube.com/watch?v=kMClu4nsW4M> (bekeken op 1 september 2016)
- <http://www.stap.nl/nl/publicaties/rapporten.html/3455/695/klachten-alcoholreclame-2008#p3455> (bekeken op 1 september 2016)
- <https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=264%20&deel=2> (bekeken op 1 september 2016)
- [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/rapport-klachten-over-alcoholreclame-in-2008_1.pdf) (bekeken op 1 september 2016)
- [file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd\\_1.pdf](file:///C:/Users/7741z-p614g32/Downloads/alcoholreclame-aangeklaagd_1.pdf) (bekeken op 1 september 2016)
- <https://www.youtube.com/watch?v=ynzw7DklinU> (bekeken op 28 januari 2017)
- <http://slijtersvakblad.nl/Vaknieuws/1171/eerste-bacardi-glasbak-op-scheveningse-strand.html> (bekeken op 28 januari 2017)
- <https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=264%20&deel=2> (bekeken op 28 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-45.html> (bekeken op 23 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-40.html> (bekeken op 23 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-59.html> (bekeken op 23 januari 2017)
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-27565-117.html> (bekeken op 23 januari 2017)

BIJLAGE 1: screenshot<sup>128</sup>



<sup>128</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijden in de groepsapp zijn 15 tot en met 17 jaar.

BIJLAGE 2: screenshot<sup>129</sup>



<sup>129</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijden in de groepsapp zijn 15 tot en met 17 jaar.

BIJLAGE 3: screenshot<sup>130</sup>



<sup>130</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijden in de groepsapp zijn 15 tot en met 18 jaar.

BIJLAGE 4: screenshot<sup>131</sup>



<sup>131</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijden in de groepsapp zijn 15 tot en met 18 jaar.



BIJLAGE 5: screenshot<sup>132</sup>



<sup>132</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijden in de groepsapp zijn 16 tot en met 18 jaar.

BIJLAGE 6: screenshot<sup>133</sup>



<sup>133</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijd groen = 16, wit =18

BIJLAGE 7: screenshot<sup>134</sup>



<sup>134</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijd groen = 17, wit = 16

BIJLAGE 8: screenshot<sup>135</sup>



<sup>135</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijd groen = 16, wit = 15

BIJLAGE 9: screenshot<sup>136</sup>



<sup>136</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijd groen = 16, wit = 15

BIJLAGE 10: screenshot<sup>137</sup>



<sup>137</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijd groen = 16, wit = 16

BIJLAGE 11: screenshot<sup>138</sup>



<sup>138</sup> Naam bij auteur bekend. Leeftijd groen = 16, wit = 15

## BIJLAGE 12: contact SGP

**Anil Gezmen**  
Geachte heer [redacted], Zou u mij misschien meer kunnen vertellen over de voor- en tegenargumenten die gebruikt werden/worden omtrent deze maatregel? Voor mijn onder...  
wo 23-11-2016, 14:02

**[redacted]**  
Beste Anil, Het klopt inderdaad dat er nu nog geen meerderheid voor dit voorstel is, maar wat niet is kan komen. Wellicht is die meerderheid er na de verkiezingen wel. En and...  
wo 23-11-2016, 13:36

**Anil Gezmen**  
di 22-11-2016, 22:01

Geachte heer van der Staaij,

Ik ben Anil Gezmen, 18 jaar en scholier aan Het Twickel College te Hengelo. Ik onderzoek voor mijn profielwerkstuk de effectiviteit van het huidige alcoholbeleid en het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Ik hoop dit jaar te slagen voor het VWO.

In het Concept Verkiezingsprogramma 2017-2021 van uw partij, heb ik gelezen dat de SGP voor een reclameverbod op alcoholhoudende drank is. Ik heb van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport begrepen dat er in de Tweede Kamer vooralsnog geen meerderheid is voor deze of een soortgelijke maatregel. Voor mij rijst nu de vraag naar hoe de SGP dit wil bewerkstelligen en dus meer partijen gaat overtuigen.

U kunt mij uiteraard bereiken via de mail. Tevens ben ik ook elke dag bereikbaar op het volgende telefoonnummer: [redacted]

Ik hoop spoedig op een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

**Outlook Mail**

In e-mail en personen zoek...

**Anil Gezmen**  
Geachte heer [redacted], Zou u mij misschien meer kunnen vertellen over de voor- en tegenargumenten die gebruikt werden/worden omtrent deze maatregel? Voor mijn onder...  
wo 23-11-2016, 14:02

**[redacted]**  
wo 23-11-2016, 13:36

Beste Anil,

Het klopt inderdaad dat er nu nog geen meerderheid voor dit voorstel is, maar wat niet is kan komen. Wellicht is die meerderheid er na de verkiezingen wel. En anders zullen we het debat aangaan met andere partijen en hen op basis van de inhoud proberen te overtuigen van het voorstel.

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Beleidsmedewerker zorg, welzijn en medische ethiek  
SGP Tweede Kamerfractie  
Tweede Kamer der Staten-Generaal

[redacted] Den Haag  
[redacted] Twitter @ [redacted] [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl)

Alle informatie over de Tweede Kamer is te vinden op [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl). U kunt de Tweede Kamer ook volgen op Facebook en Twitter. Download ook de gratis Tweede Kamer vergaderagenda app in de Apple of Android store.

**Anil Gezmen**  
di 22-11-2016, 22:01

Geachte heer van der Staaij.



- Mappen
- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS

 Anil Gezmen  
Geachte heer [redacted], Ik zou u graag willen bedanken voor uw reactie, maar vooral voor het antwoord op mijn vraag. Met vriendelijke groet, Anil Gezmen  
wo 23-11-2016, 15:10

 [redacted]  
Uit diverse wetenschappelijke onderzoeken is gebleken dat alcoholreclame het gebruik en de (ver)koop van alcohol beïnvloedt. Met name minderjarigen voelen zich aangespr...  
wo 23-11-2016, 14:06

 Anil Gezmen  
wo 23-11-2016, 14:02 

Geachte heer [redacted]

Zou u mij misschien meer kunnen vertellen over de voor- en tegenargumenten die gebruikt werden/worden omtrent deze maatregel? Voor mijn onderzoek zou ik dit aspect uit de politiek namelijk graag willen verduidelijken. Op dit moment staat er nog niets concreets over de standpunten van de overige partijen op hun programma's en ben ik benieuwd waarom de SGP dit vooral niet wil. Ik kan het een en ander wel bedenken, maar graag zou ik het preciezer willen weten.

U kunt mij uiteraard bereiken via de mail. Tevens ben ik ook elke dag bereikbaar op het volgende telefoonnummer: [redacted]

Ik hoop spoedig op een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

From: J [redacted] <[redacted]>  
Sent: woensdag, november 23, 2016 1:26 PM

- Mappen
- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS

 Anil Gezmen  
Geachte heer [redacted], Ik zou u graag willen bedanken voor uw reactie, maar vooral voor het antwoord op mijn vraag. Met vriendelijke groet, Anil Gezmen  
wo 23-11-2016, 15:10

 [redacted]  
wo 23-11-2016, 14:06  
U >

Uit diverse wetenschappelijke onderzoeken is gebleken dat alcoholreclame het gebruik en de (ver)koop van alcohol beïnvloedt. Met name minderjarigen voelen zich aangesproken door de vaak prikkelende reclames die inspelen op de gevoelens en gedachten. Om het alcoholgebruik onder jongeren echt effectief terug te dringen, meent de SGP dat een verbod op alcoholreclame noodzakelijk is. Een verbod tussen 06.00 uur en 21.00 uur is onvoldoende omdat de doelgroep van jongeren rond de 16 jaar door deze maatregel niet wordt beschermd. Immers, zij zien doorgaans ook na 21:00 uur nog televisieprogramma's en komen dus nog teveel in aanraking met alcoholreclames. In elk geval is voldoende aangetoond – onder andere door STAP - dat zelfregulering niet werkt. Zelfregulering is een systeem dat in theorie veel voordelen biedt, maar in de praktijk onhaalbaar is. Daarvoor zijn de belangen van de alcoholbranche veel te groot. Daar komt nog bij dat er met een algeheel verbod niet langer meer een onderscheid is tussen reclame voor alcohol en tabak. Ook tabaksreclame is verboden en alles wijst erop dat dit zijn vruchten begint af te werpen!

Met vriendelijke groet,

[redacted]  
Beleidsmedewerker zorg, welzijn en medische ethiek  
SGP Tweede Kamerfractie  
Tweede Kamer der Staten-Generaal

[redacted]  
[redacted]@tweedekamer.nl

Alle informatie over de Tweede Kamer is te vinden op [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl). U kunt de Tweede Kamer ook volgen op [Facebook](#) en [Twitter](#). Download ook de gratis Tweede Kamer vergaderagenda app in de Apple of Android store.

## BIJLAGE 13: contact SP

Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

Beste Anil, Hartelijk dank voor je e-mail aan Renske Leijten, zij vroeg me je e-mail te beantwoorden. Onze standpunt in deze is: Het toenemende misbruik van alcohol, vooral o... wo 23-11-2016, 14:58

AG Anil Gezmen  
di 22-11-2016, 22:47

Geachte mevrouw Leijten,

Ik ben Anil Gezmen, 18 jaar en scholier aan Het Twickel College te Hengelo. Ik onderzoek voor mijn profielwerkstuk de effectiviteit van het huidige alcoholbeleid en het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Ik hoop dit jaar te slagen voor het VWO.

In het verkiezingsprogramma van de SP heb ik weinig vernomen over het alcoholbeleid en het reclamebeleid ten opzichte van alcohol. Ik heb vanuit het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport begrepen dat er in de Tweede Kamer vooralsnog geen meerderheid is voor een reclameverbod op alcoholhoudende drank of een soortgelijke maatregel. ik ben erg geïnteresseerd in wat de standpunten van de SP zijn. Ik hoop dat u mij daar meer over kunt vertellen.

U kunt mij uiteraard bereiken via de mail. Tevens ben ik ook elke dag bereikbaar op het volgende telefoonnummer: [REDACTED]

Ik hoop spoedig op een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS

Downloaden Opslaan in OneDrive - Persoonlijk

Beste Anil,

Hartelijk dank voor je e-mail aan Renske Leijten, zij vroeg me je e-mail te beantwoorden.

Onze standpunt in deze is:

*Het toenemende misbruik van alcohol, vooral onder jongeren, is volgens de SP zo zorgwekkend dat een scherpere ontmoedigingsbeleid moet worden gevoerd. Om de 'grijpbaarheid' voor jongeren terug te brengen, moet de verkoop van sterke drank worden beperkt tot de speciaalzaken. Daarom moet verkoop van zoethoudende alcoholische dranken (mixdrankjes) in de supermarkt gestaakt worden.*

*De SP pleit voor het scherpere controleren en het verbeteren van toezicht van winkels op het verkopen van alcohol. Wanneer supermarkten drie keer de fout in gaan door alcohol te verkopen aan jongeren onder de 16 jaar, mag de supermarkt geen alcohol meer verkopen.*

*Alcoholreclame en zogenaamde 'happy-hours' moet worden verboden, omdat dat allebei aanzet tot drinken en tot meer drinken.*

*Er moeten door het hele land alcoholpoli's komen die jongeren en ouders hulp en nazorg bieden als de jongere met een alcoholvergiftiging wordt opgenomen in het ziekenhuis.*

*Voortlichting is erg belangrijk, voornamelijk voor ouders. De schade die alcohol toebrengt aan het jonge brein rechtvaardigt een waarschuwing op de verpakking. De toename van de alcoholproblemen onder ouderen is een zorgwekkend probleem. Het aantal hulpvragen van ouderen met alcoholproblemen is de afgelopen jaren toegenomen. Door middel van preventie en voldoende hulp aan ouderen moeten alcoholproblemen aangepakt worden. Artsen en zorgverleners moeten goed kijken naar het medicatiegebruik van ouderen in combinatie met het alcoholgebruik van ouderen.*

In de bijlage tref je enkele artikelen aan die op onze website (sp.nl) staan.

In ons conceptverkiezingsprogramma tref je onze plannen aan voor de komende verkiezingen en de daaropvolgende jaren, onze standpunten zijn te vinden op onze website.

Met vriendelijke groet,

[REDACTED]

Teamhoofd Secretariaat SP  
Tweede Kamer der Staten-Generaal

[REDACTED]

## BIJLAGE 14: contact GL

Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS

Ik ga ervan uit dat veel van je vragen hier te vinden zijn. Als je een informatiepakket wilt ontvangen, neem dan contact op met ons landelijk bureau, tel. [REDACTED]

Veel succes!

Met vriendelijke groet,

Tweede Kamerfractie GroenLinks

**AG** Anil Gezmen  
wo 23-11-2016, 14:06

Geachte mevrouw [REDACTED],

Ik ben Anil Gezmen, 18 jaar en scholier aan Het Twickel College te Hengelo. Ik onderzoek voor mijn profielwerkstuk de effectiviteit van het huidige alcoholbeleid en het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Ik hoop dit jaar te slagen voor het VWO.

Ik heb mevrouw Voortman een e-mail gestuurd, maar omdat ik een automatisch antwoord kreeg met een verwijzing naar u voor meer informatie, besloot ik u te mailen. Op de site van GroenLinks zie ik namelijk dat jullie ook voor goede voorlichting zijn omtrent alcohol. Ik vraag me af hoe ik mij dit precies in de praktijk moet voorstellen. Vinden jullie alleen voorlichtingen voldoende of zijn er meer aspecten waar GroenLinks zich mee bezig wil houden? Ik heb van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport ook vernomen dat er vooralsnog geen meerderheid in de Tweede Kamer is gevonden voor een reclameverbod op alcohol of een soortgelijke maatregel. Wat zijn de standpunten van GroenLinks?

U kunt mij uiteraard bereiken via de mail. Tevens ben ik ook elke dag bereikbaar op het volgende telefoonnummer [REDACTED]

Ik hoop spoedig op een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

GESPONSORDE LINKS

- Zeer felle tactische zaklamp nog even beschikbaar in...  
Defensie nieuws!
- Mensen geboren tussen 1941 en 1981 komen in...  
Enquête Vergelijk
- Wilders richt pijlen op Rutte
- Schrijf je gratis in en ontmoet singles  
Match  
door Taboola

Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS

Fwd: onderzoek alcoholbeleid

**G** GroenLinks [REDACTED]  
do 1-12-2016, 10:35

Beste Anil,

Dank voor je verzoek om meer informatie. Wij zijn blij dat je de weg naar GroenLinks hebt gevonden en dat je geïnteresseerd bent in ons.

Je schrijft dat je de standpunten van GroenLinks over alcohol op onze site gezien hebt, maar mocht je informatie gemist hebben:

- GroenLinks vindt het prima dat de leeftijdsgrens voor het kopen van licht alcoholische dranken is verhoogd van 16 naar 18 jaar. Alcohol is namelijk slecht voor de gezondheid van jongeren, zowel op korte als op de lange termijn.
- Maar een verbod alleen is niet genoeg. GroenLinks wil dat ouders en kinderen goede voorlichting krijgen over de gevaren van alcohol. Zo creëren we bewustzijn en voorkomen we misbruik van alcohol.
- Het overmatig en verkeerd gebruik van alcohol, tabak en drugs wil GroenLinks ontmoedigen, onder meer door meer en betere voorlichting voor ouders en jongeren. Zo ontstaat bewustzijn. Bovendien wil GroenLinks reclame voor verslavende middelen uitbannen.

Ons [verkiezingsprogramma](#) is nog in de conceptfase. Als het programma definitief is, kun je kijken of er meer in staat over alcohol en alcoholreclame.

Veel succes met je profielwerkstuk!

Vriendelijke groet,

[REDACTED]  
Team Online

**GROENLINKS**  
Volg ons op [Facebook](#) & [Twitter](#).

acer  
Vriendenprijs.  
ACER ASPIRE ES 575G 538Z

749,-  
649,-

Meer informatie

cool blue

## BIJLAGE 15: contact CU

Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item: 72
- Archief
- PWS

Stagiair beleid  
Fractie ChristenUnie  
Tweede Kamer der Staten-Generaal

AG Anil Gezmen  
di 22-11-2016, 22:39

Geachte heer Segers,

Ik ben Anil Gezmen, 18 jaar en scholier aan Het Twickel College te Hengelo. Ik onderzoek voor mijn profielwerkstuk de effectiviteit van het huidige alcoholbeleid en het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Ik hoop dit jaar te slagen voor het VWO.

In het verkiezingsprogramma van de ChristenUnie heb ik niets vernomen over reclamebeleid ten opzichte van alcohol. Vanuit het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heb ik begrepen dat er voornamelijk geen meerderheid van de Tweede Kamer voor reclameverbod of een soortgelijke maatregel is. Graag zou ik van u willen weten wat het standpunt van de ChristenUnie op deze maatregel is.

U kunt mij uiteraard bereiken via de mail. Tevens ben ik ook elke dag bereikbaar op het volgende telefoonnummer [redacted]

Ik hoop spoedig op een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

Beantwoorden

Zoek en boek  
Op zoek naar een camping die bij jou past?  
Bekijk het aanbod  
anwb

Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item: 72
- Archief
- PWS

onderzoek alcoholbeleid

[redacted]  
ma 12-12-2016, 16:36

Beste Anil,

Ik heb even naar je vraag gekeken, en hier is het volgende antwoord:

De ChristenUnie is niet voor een totaalverbod op reclame voor alcohol. Wel zijn wij voorstander van een aanscherping van de regels omtrent alcoholreclame. We zien graag dat er pas na 23:00 reclame gemaakt mag worden voor alcohol, en dat de bestaande richtlijn strakker wordt gehandhaafd in het geval van bijvoorbeeld reclameborden of bij Wereld/Europees Kampioenschappen.  
<https://www.christenunie.nl/k/n31012/news/view/484642/528694/christenunie-biedt-10-punten-plan-alcohol-en-jongeren-aan.html>

Vragen? Stel ze gerust!

Hopende je vraag zo voldoende beantwoord te hebben,

Met vriendelijke groet,

[redacted]

Stagiair beleid  
Fractie ChristenUnie  
Tweede Kamer der Staten-Generaal

[redacted]  
[redacted]@kamer.nl

AG Anil Gezmen  
di 22-11-2016, 22:39

Beantwoorden

Zoek en boek  
Op zoek naar een camping die bij jou past?  
Bekijk het aanbod  
anwb

Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS**

ma 28-11-2016, 14:18

Beste Anil,

Dank voor je belangstelling voor dit onderwerp.

De verkoop van alcohol kun je reguleren met vergunningen. Als je alcohol wilt verkopen, moet je daarvoor een vergunning hebben. Door het aantal vergunningen flink in te perken, kun je ook het aantal verkooplekken terugdringen.

Verslaving gaan we tegen door ervoor te zorgen dat jongeren geen alcohol drinken. De ChristenUnie heeft een initiatiefwet geschreven om de verkoop pas toe te staan vanaf 18 jaar. Dat is nu de regel. We weten uit onderzoek dat drinken op jongere leeftijd eerder leidt tot verslaving. Verder zetten we ons in voor verslavingszorg.

Ook wil de ChristenUnie 'blurring' voorkomen. We zien steeds vaker dat er in boekhandels, bij de kapper etc. alcoholische dranken worden geschonken en dat mag niet. De VNG heeft hiervoor pilots in gemeenten en wil het toestaan. Dan zal alcoholconsumptie echter 'gewoon' worden en dat leidt weer tot meer verslaving.

Joel Voordewind is woordvoerder. Ik heb op hoofdlijnen gereageerd. Als je meer informatie wilt, dan kun je hem een mail sturen.

Succes!

Met vriendelijke groet,

Tweede Kamerlid ChristenUnie

Woordvoerder zorg en medische ethiek, landbouw en voedsel, natuur en water, milieu en energie, cultuur.

Anil Gezmen  
di 22-11-2016, 22:29

ASUS

Vrienden-prijs.  
ASUS STRIX FX502VM-DM115T

1299,-  
1199,-

Meer informatie

cool blue

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS**

Met vriendelijke groet,

Tweede Kamerlid ChristenUnie

Woordvoerder zorg en medische ethiek, landbouw en voedsel, natuur en water, milieu en energie, cultuur.

Anil Gezmen  
di 22-11-2016, 22:29

Geachte mevrouw ,

Ik ben Anil Gezmen, 18 jaar en scholier aan Het Twickel College te Hengelo. Ik onderzoek voor mijn profielwerkstuk de effectiviteit van het huidige alcoholbeleid en het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Ik hoop dit jaar te slagen voor het VWO.

In het verkiezingsprogramma van uw partij, heb ik gelezen dat de ChristenUnie het aantal plekken voor verkoop van alcohol flink wil inperken. Hoe wordt dit gerealiseerd? Verder staat ook in het verkiezingsprogramma dat jullie krachtig tegen verslavingen willen gaan, waaronder ook een alcoholverslaving. Hoe uit dit zich het best in de praktijk?

U kunt mij uiteraard bereiken via de mail. Tevens ben ik ook elke dag bereikbaar op het volgende telefoonnummer .

Ik hoop spoedig op een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

acer

Vrienden-prijs.  
ACER ASPIRE ES 575G 538Z

749,-  
649,-

Meer informatie

cool blue

## BIJLAGE 16: contact PvdA

Outlook Mail

alcoholbeleid

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Zoekresultaten

In mappen

- Alle mappen
- Postvak IN
- PWS
- Verzonden items

Van

- Anil Gezmen
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]

Opties

Met bijlagen

Datum

- Alle
- Deze week

profielwerkstuk. Ik hoor graag of je nog bezig bent met je profielwerkstuk en daarom nog antwoorden nodig hebt op je vragen.

Met vriendelijke groet,

[Redacted]

Beleidsmedewerker Huiselijk geweld, Zedendelicten, Drugs, Medisch-ethische vraagstukken en Familierecht

Tweede Kamerfractie **Partij van de Arbeid**

[Redacted]

[Redacted]

Geachte mevrouw Volp,

Ik ben Anil Gezmen, 18 jaar en scholier aan Het Twickel College te Hengelo. Ik onderzoek voor mijn profielwerkstuk de effectiviteit van het huidige alcoholbeleid en het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Ik hoop dit jaar te slagen voor het VWO.

Op de website van uw partij staat dat er stevigere preventie nodig is voor alcohol. Vindt u dat het op dit moment niet stevig genoeg is? En waar zou ik aan moeten denken? Ook wordt aangegeven dat de handhaving beter moet. Is dat alleen op de verkoop, of zijn er meerdere aspecten van handhaving waar de PvdA zich mee bezig houdt of wil gaan houden in de toekomst? Ik hoop dat u mij daar meer over kunt vertellen.

U kunt mij uiteraard bereiken via de mail. Tevens ben ik ook elke dag bereikbaar op het volgende telefoonnummer [Redacted]

Ik hoop spoedig op een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

Outlook Mail

alcoholbeleid

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Zoekresultaten

In mappen

- Alle mappen
- Postvak IN
- PWS
- Verzonden items

Van

- Anil Gezmen
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]

Opties

Met bijlagen

Datum

- Alle
- Deze week
- Vorige week
- Deze maand
- Bereik selecteren

Anil Gezmen

[Redacted]

do 15-12-2016, 12:46

Beste Anil,

Ik neem contact met je op naar aanleiding van je onderstaande mail van 22 november naar Marith Volp, Tweede Kamerlid voor de PvdA. Ik ben de beleidsmedewerker van Marith Volp op het gebied van alcohol.

Mijn excuus voor de late reactie. Door de drukte op het inhoudelijke werk kunnen we niet altijd snel reageren op e-mails. Wat een interessant onderwerp heb je gekozen voor je profielwerkstuk. Ik hoor graag of je nog bezig bent met je profielwerkstuk en daarom nog antwoorden nodig hebt op je vragen.

Met vriendelijke groet,

[Redacted]

Beleidsmedewerker Huiselijk geweld, Zedendelicten, Drugs, Medisch-ethische vraagstukken en Familierecht

Tweede Kamerfractie **Partij van de Arbeid**

[Redacted]

[Redacted]

Geachte mevrouw Volp,

Ik ben Anil Gezmen, 18 jaar en scholier aan Het Twickel College te Hengelo. Ik onderzoek voor mijn profielwerkstuk de effectiviteit van het huidige alcoholbeleid en het mediabeleid ten opzichte van alcohol. Ik hoop dit jaar te slagen voor het VWO.

alcoholbeleid

**Zoekresultaten**

In mappen

- Alle mappen
- Postvak IN
- PWS
- Verzonden items

**Van**

- Anil Gezmen
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]


**Opties**

Met bijlagen

**Datum**

- Alle
- Deze week
- Vorige week
- Deze maand
- Bereik selecteren

### onderzoek alcoholbeleid

 [Redacted]  
do 15-12-2016, 16:22  
U

Beantwoorden

Postvak IN

Van

In dat geval neem ik graag de tijd om je vragen namens Marith Volp te beantwoorden. De PvdA is inderdaad van mening dat er stevigere preventie nodig is ten aanzien van alcohol. Voor de PvdA is bij het alcoholbeleid de volksgezondheid een belangrijk uitgangspunt. Voor jongeren en ouderen. Ten aanzien van de preventie kan de PvdA verschillende maatregelen bedenken. Ik zal hieronder me beperken tot een paar voorbeelden.

Voor jongeren is alcohol extra schadelijk. Vanwege het lichaam van jongeren dat nog in ontwikkeling is. En jongeren die hebben gedronken zijn extra kwetsbaar voor bijvoorbeeld seksueel geweld. Daarbij kan alcohol drinken op jonge leeftijd leiden tot problemen met alcoholgebruik op latere leeftijd (verslaving). En jongeren lopen sneller het risico alcoholvergiftiging te krijgen. De PvdA wil daarom jongeren preventief beschermen tegen alcohol(misbruik) via voorlichting en via wetgeving. Daarom is het inmiddels verboden om alcohol te verkopen aan jongeren onder de 18 jaar. Geleidelijk zien we de positieve gevolgen daarvan (zie de Nationale Drugsmonitor 2016 <https://assets.trimbos.nl/docs/24dd30ba-464f-4dcd-a740-20ac058d310b.pdf>). Het zal nog een tijd duren voor de volledige gevolgen van deze maatregel zichtbaar zijn.

Maar wetgeving alleen is onvoldoende. De PvdA vindt dat de overheid jongeren en ouders moet voorlichten over alcoholgebruik en de risico's hiervan. Een goed voorbeeld van preventie is de campagne NIX18 van het ministerie van VWS. Deze campagne probeert de norm van jongeren maar ook van hun ouders, dat drinken voor je 18<sup>e</sup> normaal is te veranderen. Maar we zijn er nog niet. De PvdA wil bijvoorbeeld dat dit soort campagnes nog meer informeren over de risico's. Daarnaast moeten ouders meer ingezet worden in de strijd tegen alcohol bij jongeren. Zij kunnen juist door strenge regels te stellen, er is gebleken dat dit positief werkt, hun kinderen van de alcohol houden. Ook zou Nederland het Franse model, de zogenaamde wet Evin, kunnen overwegen. Het is in het Franse model verboden alcoholmarketing te richten op jonge mensen en reclame mag alleen informatie bevatten over het product en een waarschuwing moet bevatten. Alcoholreclame mag daarom niet gekoppeld worden aan een lifestyle. Hetgeen de drank vaak aantrekkelijk maakt. Daarbij moet ook gekeken worden naar de combinatie van drank en sport. Zowel in de kantine als sponsoring bij grote sportevenementen.

Ook voor ouderen, boven de 18 jaar, is alcohol schadelijk. De PvdA vindt het gevaarlijk om te veel in te zoomen op de norm dat enkel tot je 18<sup>e</sup> alcohol niet oké is. Vooral omdat jongeren het idee kunnen krijgen dat ze na hun 18<sup>e</sup> zoveel kunnen drinken als ze willen. Juist voor jongvolwassen waarvan de hersenen zich nog ontwikkelen is alcohol erg schadelijk. Maar het gebruik van alcohol wordt in onze samenleving door alle leeftijdsgroepen als te gewoon ervaren. En dit heeft effect op de jongeren maar zeker ook op ouderen (<https://www.nationalezorggids.nl/ouderenzorg/nieuws/34885-steds-meer-beschonken-ouderen-op-spoedeisende-hulp.html>). De PvdA vindt dat mensen beter bewust

alcoholbeleid

**Zoekresultaten**

In mappen

- Alle mappen
- Postvak IN
- PWS
- Verzonden items

**Van**

- Anil Gezmen
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]
- [Redacted]

**Opties**

Met bijlagen

**Datum**

- Alle
- Deze week
- Vorige week
- Deze maand

veranderen. Maar we zijn er nog niet. De PvdA wil bijvoorbeeld dat dit soort campagnes nog meer informeren over de risico's. Daarnaast moeten ouders meer ingezet worden in de strijd tegen alcohol bij jongeren. Zij kunnen juist door strenge regels te stellen, er is gebleken dat dit positief werkt, hun kinderen van de alcohol houden. Ook zou Nederland het Franse model, de zogenaamde wet Evin, kunnen overwegen. Het is in het Franse model verboden alcoholmarketing te richten op jonge mensen en reclame mag alleen informatie bevatten over het product en een waarschuwing moet bevatten. Alcoholreclame mag daarom niet gekoppeld worden aan een lifestyle. Hetgeen de drank vaak aantrekkelijk maakt. Daarbij moet ook gekeken worden naar de combinatie van drank en sport. Zowel in de kantine als sponsoring bij grote sportevenementen.

Ook voor ouderen, boven de 18 jaar, is alcohol schadelijk. De PvdA vindt het gevaarlijk om te veel in te zoomen op de norm dat enkel tot je 18<sup>e</sup> alcohol niet oké is. Vooral omdat jongeren het idee kunnen krijgen dat ze na hun 18<sup>e</sup> zoveel kunnen drinken als ze willen. Juist voor jongvolwassen waarvan de hersenen zich nog ontwikkelen is alcohol erg schadelijk. Maar het gebruik van alcohol wordt in onze samenleving door alle leeftijdsgroepen als te gewoon ervaren. En dit heeft effect op de jongeren maar zeker ook op ouderen (<https://www.nationalezorggids.nl/ouderenzorg/nieuws/34885-steds-meer-beschonken-ouderen-op-spoedeisende-hulp.html>). De PvdA vindt dat mensen beter bewust moeten zijn van de schadelijke effecten van alcoholgebruik. Daarbij leidt alcoholgebruik niet alleen tot schade aan de volksgezondheid maar ook nog eens tot hoge kosten (zien bv de "Maatschappelijke kosten-baten analyse van beleidsmaatregelen om alcoholgebruik te verminderen" <https://assets.trimbos.nl/docs/1ce2d5c6-c32a-48cd-b876-05f23c269cc6.pdf>). De PvdA is van mening dat het overmatige gebruik van alcohol moet worden tegen gegaan. Preventie doormiddel van campagnes die inzetten op cultuurverandering te samen met informatie over de risico's zijn daarin belangrijk. Mede gericht op ouderen.

Ten tweede had je een vraag over de handhaving. Wanneer er wordt gesproken over de handhaving gaat het niet enkel over de verkoop. Je kan bij handhaving ook denken aan de eis rondom alcoholpercentages, reclameverboden, het weggeven van gratis drank en blurring. Maar het begint bij het handhaven van de verkoop, zowel in supermarkten als in cafés. De PvdA vindt het belangrijk dat er voor wordt gezorgd dat de minimum leeftijd wordt gehandhaafd omdat de wetgeving anders wordt uitgehold. Daarom is de PvdA ook voorzichtig met blurring, het combineren van bijvoorbeeld horeca en retail. Blurring kan leiden tot meer verkooppunten van alcohol waardoor de minimumleeftijd slechter te handhaven wordt. Maar blurring zorgt er ook voor dat alcohol een nog algemener fenomeen wordt. Dit vindt de PvdA zorgwerkend. Wij letten hier dan ook scherp op bij de handhaving van de Drink- en horecawet.

Ik hoop je vragen hiermee voldoende te hebben beantwoord. Succes met je profielwerkstuk.

Met vriendelijke groet,

  
Beleidsmedewerker Huiselijk geweld, Zedendelicten, Drugs, Medisch-ethische vraagstukken en Familierecht

Tweede Kamerfractie Partij van de Arbeid

[Rijksoverheid@pvdapartij.nl](mailto:Rijksoverheid@pvdapartij.nl)

## BIJLAGE 17: contact VVD

The image displays two screenshots of an Outlook Mail interface. The top screenshot shows an email from Anil Gezmen (AG) to a redacted recipient, dated Wednesday, April 1, 11:04. The email content includes a note about agenda commitments and a request for identification. The bottom screenshot shows a reply from the redacted sender to Anil, dated Wednesday, April 1, 10:49. This reply discusses the deadline for the response and asks for help. The email body in the second screenshot is more detailed, mentioning the VVD's stance on alcohol consumption for young people and the role of the VVD-fractie Tweede Kamer der Staten-Generaal. A logo of the Tweede Kamer is visible at the bottom of the email body. The interface includes a left sidebar with folders like 'Postvak IN', 'Ongewenste e-m: 4', and 'PWS'. The top navigation bar shows standard Outlook actions like 'Nieuw', 'Verwijderen', and 'Archiveren'. On the right side, there are advertisements for 'FOX GROEPS-REIZEN' and 'GESPONSORDE LINKS'.

**Outlook Mail**

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item 72
- Archief
- PWS**

**AG** Anil Gezmen  
wo 4-1, 11:04  
Sande van der B...

NB. Afspraken met de heer Ziengs worden in zijn agenda opgenomen onder voorbehoud van verplichtingen in de Kamer. Hierdoor kan het voorkomen dat afspraken op het laatste moment gewijzigd moeten worden. De bezoeker wordt verzocht zich te melden bij de ingang van... De beveiliging vraagt standaard om een geldig legitimatiebewijs.

Geachte heer v...

De deadline is nog niet verstreken, dus u kunt mij nog zeker helpen met het beantwoorden van mijn vragen. Bedankt voor uw reactie.

Met vriendelijke groet,  
Anil Gezmen

Beantwoorden

wo 4-1, 10:49

Dag Anil,

Jouw mail is onverhoopt blijven liggen. Mijn excuses daarvoor. Kan ik je nog helpen met je vragen of is de deadline verstreken?

**onderzoek alcoholbeleid**

wo 4-1, 11:39

Dag Anil,

Gelukkig!

Zoals je zelf al zegt, wil de VVD dat jongeren beschermd worden tegen alcohol. Daarom hebben wij ingestemd met het verhogen van de leeftijdsgrens naar 18 jaar, en steunen we de strenge handhaving op deze leeftijdsgrens. Het is belangrijk dat jongeren de gevaren en negatieve gevolgen van alcohol kennen, en we steunen dan ook initiatieven op scholen waar voorlichting gegeven wordt. Een particulier initiatief als Be Aware steunen wij bijvoorbeeld. Zij geven voorlichting op scholen over het gevaar van verslavingen.

Tegelijkertijd vinden we dat je vanaf je 18<sup>e</sup> zelf moet kunnen bepalen of je wel of niet drinkt, natuurlijk met mate. Reclame is voor ons dan ook iets wat er vanuit de ondernemer bij hoort, en waar wij geen noodzaak zien tot een verbod.

Succes met je werkstuk!  
Met vriendelijke groet,  
Medewerker Erik Ziengs  
VVD-fractie Tweede Kamer der Staten-Generaal

NB. Afspraken met de heer Ziengs worden in zijn agenda opgenomen onder voorbehoud van verplichtingen in de Kamer. Hierdoor kan het voorkomen dat afspraken op het laatste moment gewijzigd moeten worden. De bezoeker wordt verzocht zich te melden bij de ingang van... De beveiliging vraagt standaard om een geldig legitimatiebewijs.

GESPONSORDE LINKS

- Zeer felle tactische zaklamp nog even beschikbaar in... Defensie nieuws!
- Mensen geboren tussen 1941 en 1981 komen in... Enquête Vergelijk
- Wilders richt pijlen op Rutte
- Schrijf je gratis in en ontmoet singles Match

door Taboola



Outlook Mail

In e-mail en personen zoek...

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Mappen

- Postvak IN 3
- Ongewenste e-m: 4
- Concepten 6
- Verzonden items
- Verwijderde item: 72
- Archief
- PWS

### Vragen n.a.v. profielwerkstuk

Anil Gezmen  
di 20-12-2016, 16:06

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Geachte mevrouw [REDACTED]

Bij dezen wil ik u nogmaals bedanken voor het telefoontje. De desbetreffende vragen heb ik hieronder gesteld:

1. Vanuit het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heb ik vernomen dat er vooralsnog geen meerderheid is in de Tweede Kamer voor een verbod op alcoholreclame of een soortgelijke maatregel. De PvdA vindt dat er een stevigere inzet op preventie nodig is en is ook voor een bredere alcoholaanpak. In hoeverre willen jullie (in de toekomst) hiermee maatregelen op alcoholreclame treffen?
2. Alcoholreclame is in feite productverheerlijking. In het verleden zijn er weliswaar maatregelen genomen over leeftijdsgrenzen en is de Drank- en Horecawet regelmatig verscherpt, maar waarom bleef een dergelijk verbod op alcoholreclame achter? Het beïnvloedt jongeren en is dus onderdeel van preventie van alcoholgebruik onder minderjarige jongeren en alcoholmisbruik onder meerderjarige jongeren.
3. Hoe staat de PvdA tegenover televisiespotjes over de gevolgen en dus ook over de gevaren van alcoholgebruik en alcoholmisbruik onder minderjarige jongeren? Bij meerderjarige jongeren zouden dan de gevaren van alcoholmisbruik centraal staan. Bij tabak is al een soortgelijke maatregel het geval.

Alvast bedankt voor het beantwoorden. Wanneer u besluit te bellen, kunt u mij vandaag de hele dag nog en morgen vanaf 10.45u bereiken op het telefoonnummer [REDACTED]

Met vriendelijke groet,

Anil Gezmen

Beantwoorden

ASUS

Vriendenprijs.

ASUS STRIX FX502VM-DM115T

1299,-  
1199,-

Meer informatie

cool blue

## BIJLAGE 18: contact VWS

Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Dienstpostbus **VWS** Voorlichting [redacted]  
vr 18-11-2016, 15:32  
U

Antwoord op vragen pr...  
19 kB  
Downloaden | Opslaan in OneDrive - Persoonlijk

Beste Anil,

Korthedshalve verwijs ik je naar bijgevoegd wordbestand voor de antwoorden op je vragen over het alcoholbeleid.

Met vriendelijke groet,  
[redacted]  
Publiekvoorlichting **VWS**

Anil Gezmen  
do 17-11-2016, 15:47

Beste [redacted]

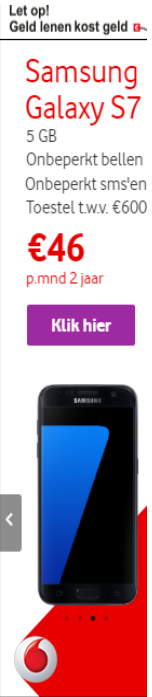
Hartstikke bedankt voor het feit dat u mij op de hoogte houdt van de voortzetting van het beantwoorden van mijn vragen. Ik wacht met belangstelling af op de antwoorden.

Met vriendelijke groet,  
Anil Gezmen

1 van 6

Let op! Geld lenen kost geld

**Samsung Galaxy S7**  
5 GB  
Onbeperkt bellen  
Onbeperkt sms'en  
Toestel t.w.v. €600  
**€46**  
p.mnd 2 jaar  
Klik hier



Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Dienstpostbus **VWS** Voorlichting [redacted]  
di 8-11-2016, 15:51

vragen VWS.docx  
14 kB

vragen n.a.v. profielwer...  
16 kB

2 bijlagen (30 kB) | Alle downloaden | Alles opslaan in OneDrive - Persoonlijk

Beste Anil,

Je stuurt een e-mail aan de staatssecretaris met vragen over alcoholbeleid. Het is echter niet mogelijk dat de staatssecretaris persoonlijk antwoord geeft op alle vragen, suggesties en uitnodigingen die hij ontvangt. Ik begrijp dat je met de woordvoerder van de staatssecretaris hebt afgesproken om je vragen via de mail te sturen. Ik heb je vragen voorgelegd aan de verantwoordelijke beleidsdirectie. Beantwoording kan daardoor langer duren, maar zodra ik meer weet dan hoor je van mij.

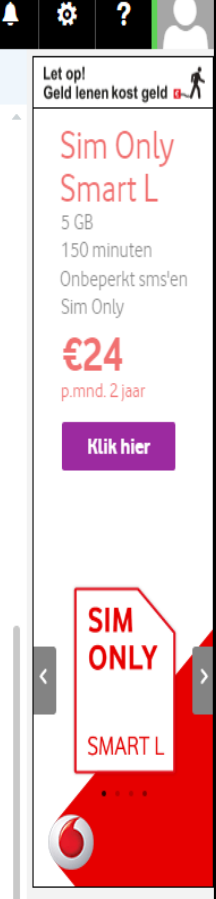
Met vriendelijke groet,  
[redacted]  
Publiekvoorlichting **VWS**

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport  
[redacted]  
[redacted]  
[www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)  
[redacted]  
[redacted]  
E-mail: [redacted]

Let op! Geld lenen kost geld

**Sim Only Smart L**  
5 GB  
150 minuten  
Onbeperkt sms'en  
Sim Only  
**€24**  
p.mnd. 2 jaar  
Klik hier

**SIM ONLY**  
SMART L



Nieuw | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Opruimen | Verplaatsen naar | Categorieën | Ongedaan maken

Met vriendelijke groet,  
Anil Gezmen

**DV** \_Dienstpostbus **VWS** Voorlichting [redacted] do 17-11-2016, 15:37

vragen VWS.docx 14 kB | vragen n.a.v. profielwer... 16 kB

2 bijlagen (30 kB) | Alle downloaden | Alles opslaan in OneDrive - Persoonlijk

Beste Anil,

De beleidsdirectie laat weten nog bezig te zijn met de beantwoording van je vragen, maar dat het niet lang meer zal duren.

Met vriendelijke groet,  
[redacted]  
Publiekvoorlichting **VWS**

**DV** \_Dienstpostbus **VWS** Voorlichting [redacted] di 8-11-2016, 15:51

vragen VWS.docx 14 kB | vragen n.a.v. profielwer... 16 kB

2 bijlagen (30 kB) | Alle downloaden | Alles opslaan in OneDrive - Persoonlijk

Beste Anil,


**VWS** 1 van 6

Let op! Geld lenen kost geld

**Samsung Galaxy S7**  
5 GB  
Onbeperkt bellen  
Onbeperkt sms'en  
Toestel t.w.v. €600

**€46**  
p.mnd 2 jaar

**Klik hier**



## BIJLAGE 19: interview VWS

Beste Anil,

Bedankt voor je goede vragen. We kunnen zien dat je je al heel goed hebt verdiept in het Nederlandse alcoholbeleid! Hieronder vind je de antwoorden op je vragen. Veel succes met het afronden van je profielwerkstuk en het laatste jaar van je middelbare school!

**1. In de brief naar de voorzitter van de Tweede Kamer over het alcoholbeleid en de nalevingscijfers van 19 januari 2015 gaf staatssecretaris van Rijn aan te verkennen welke extra maatregelen genomen kunnen worden om de naleving te verbeteren. Wat voor maatregelen zijn dat en zijn die reeds genomen?**

We nemen aan dat je hier doelt op de brief van 19 juni '15?

Een maatregel die inmiddels is genomen, is het zogeheten 'namen en shamen' van verkooppunten die de leeftijdsgrens slecht naleven. Onlangs zijn de nalevingscijfers van verschillende supermarkketens gepresenteerd aan de Tweede Kamer en openbaar gemaakt (deze vind je bij de brief van 27 oktober 2016, via [rijksoverheid.nl](http://rijksoverheid.nl)). Hierdoor kan iedereen dus zien hoe goed de verschillende supermarkten in Nederland de leeftijdsgrens van 18 jaar naleven. De komende jaren kan dit ook bij andere verkooppunten, zoals de horeca of sportkantines, worden gedaan.

Ook heeft de Staatssecretaris gemeenten opgeroepen om hun toezicht (dat door BOA's wordt uitgevoerd) vooral te laten controleren bij verkooppunten die slecht presteren. Daarnaast kijkt de Staatssecretaris naar wat hij kan doen om de naleving door bedrijven die via internet alcohol verkopen en deze thuisbezorgen te laten verbeteren.

**2. In dezelfde brief gaf de staatssecretaris aan dat in 2016 zal moeten blijken of er sprake was van een overgangsproblematiek. Wat zijn de bevindingen?**

Op 6 juli 2016 heeft de Staatssecretaris weer een brief naar de Tweede Kamer gestuurd over de naleving van de leeftijdsgrens door verkooppunten van alcohol of/en tabak. Hierbij zat ook het onderzoek naar de naleving. Beide vind je op de website van rijksoverheid:

<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2016/07/06/kamerbrief-over-naleving-leeftijdsgrens-alcohol-en-tabak-2016>

**3. Dit onderzoek volgt op een eerder onderzoek, waarbij het doel was om het gebruik van alcohol door de jaren heen te meten. Als ik even kort moet uitleggen wat mijn resultaten waren kan ik u vertellen dat er uit kwam dat jongeren van vroeger vaker in de week dronken, maar minder veel per keer. Nu is het vaak 'maar' 1 keer per week en soms 2 keer, maar dan heel veel in een keer. Het is dus volgens de criteria van de dsm-v van (lichte) verslaving naar ernstig misbruik gegaan. Wat vindt u daar van?**

Dank voor je bevindingen, het beeld uit jouw studie lijkt aan te sluiten op de beelden die wij krijgen vanuit een Trimbos studie naar het gebruik van alcohol, drugs en tabak onder jongeren uit groep 7 en 8 van basisscholen en onder middelbare scholieren (te vinden via: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2016/07/05/jeugd-en-riskant-gedrag-2015>, hier vind je ook de reactie van de Staatssecretaris). Hieruit bleek dat jongeren tussen de 12 en 16 jaar de afgelopen jaren veel minder gaan drinken. In 2011 had bijvoorbeeld 66% van de 12-tot en met 16-jarige scholieren ooit alcohol gedronken, in 2015 was dit gedaald naar 45%. Ook het aantal jongeren dat in laatste maand 5 glazen of meer heeft gedronken bij één gelegenheid (dit wordt binge drinken genoemd), is in vergelijking met 2011 gedaald van 27 naar 18 procent. Dit percentage is van de gehele groep jongeren die onderzocht is, dus

inclusief jongeren die niet drinken. Onder jongeren die hebben aangegeven de afgelopen maand wel alcohol te hebben gedronken is de dit percentage echter niet afgenomen, maar zelfs een klein beetje gestegen. Hoewel we heel blij zijn dat jongeren minder en later gaan drinken, baart het ons natuurlijk zorgen dat jongeren die wel drinken nog steeds veel drinken! Daarnaast gaf maar liefst een kwart van de drinkende scholieren van 12 t/m 16 jaar aan de alcohol meestal van de ouders te krijgen. Dit percentage vinden we echt heel hoog. De komende tijd gaan we dan ook binnen de NIX18 campagne meer aandacht besteden aan de opvoeding over alcohol en de schadelijkheid van alcohol voor jongeren.

**4. Staatssecretaris van Rijn gaf naar aanleiding van de nieuwe cijfers – die aangaven dat meer jongeren gingen comazuipen in de thuisringen – aan dat de campagne sterker wordt gericht op jongeren die thuis of op school met de keuze zitten of ze nou wel of niet willen drinken. Hoe willen jullie deze campagne opzetten en op welke manier denken jullie de jongeren beter te bereiken?**

Aan jongeren onder de 18 mag geen alcohol verkocht worden. Er zijn nog wel steeds jongeren onder de 18 die drinken. Een aantal van die jongeren krijgt alcohol via ouders of vrienden. Naast in te zetten op handhaving zetten we daarom met de NIX18 campagne in op de sociale omgeving van jongeren; ouders, vrienden en het algemeen publiek. Het doel van de campagne is het versterken van de sociale norm 'niet drinken en roken tot je 18e'. Iedereen zou het normaal moeten vinden dat jongeren voor hun 18e niet roken of drinken. Om dat te bereiken is vanuit de campagne de NIX afspraak geïntroduceerd: een afspraak tussen ouder en kind om niet te roken en niet te drinken tot je 18e. De NIX campagne is een meerjarige campagne die in 2013 van start is gegaan.

**5. In Artikel 8 van de reclame code staat dat reclame voor alcoholhoudende drank niet de indruk mag wekken dat er een causaal verband is tussen de consumptie van alcoholhoudende drank en het hebben van sociaal en seksueel succes. Die indruk dat dit causale verband bestaat kan ook ontstaan door middel van de suggestie dat alcohol wordt geconsumeerd zonder dat de alcohol(consumptie) daadwerkelijk in beeld komt. Heineken kwam ooit met het bekende reclame 'Biertje?', waarbij een jongen niet weet hoe hij contact moet leggen met een meisje dat hij leuk vindt. Hij krijgt geen woorden uit zijn mond en uiteindelijk zegt hij 'biertje?'. De suggestie hierbij is: het drinken van Heineken leidt tot sociaal succes. De klacht van Stap werd afgewezen omdat niet bewezen is dat de vraag 'Biertje?' daadwerkelijk tot succes heeft geleid. Hoe is dit te voorkomen? En vinden jullie dat de regelgeving aangepast zou moeten worden?**

In Nederland moet alcoholreclame inderdaad voldoen aan de Nederlandse Reclame Code en de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken, waarin de regels over reclame zijn vastgelegd. Als er klachten worden ingediend over reclame die niet aan de regels van de Codes voldoet beoordeelt de onafhankelijke Reclame Code Commissie of de reclame inderdaad in strijd is met de Code. De Reclame Code Commissie beveelt, in het geval van een overtreding, de overtreder aan niet meer op deze wijze reclame te maken. Indien de overtreder geen gevolg geeft aan de aanbeveling, kan er een boete van maximaal 50.000 euro worden opgelegd aan organisaties die bij de Stichting Verantwoorde Alcoholconsumptie zijn aangesloten. Beide codes zijn voorbeelden van zelfregulering; producenten stellen samen de regels op en dienen er zelf voor te zorgen dat alle deelnemers zich er aan houden. De Staatssecretaris van VWS of het Ministerie van VWS hebben dus geen rol in de beoordeling.

**6. Nog een voorbeeld zijn de flugel flesjes. In Artikel 10 staat dat reclame voor alcoholhoudende drank zich niet specifiek mag richten tot jongeren. Op de flugel flesjes staat een roze eend. Het ziet er vrolijk uit en lijkt enigszins te refereren naar Donald Duck. Toen ik 14 of 15 was hoorde ik vaak (de meisjes weliswaar) roepen dat ze flugel wilden drinken, aangezien het zo'n leuk schattig flesje was. STAP gaf ook bij de RvA aan dat dit veel minderjarigen bereikt, maar de conclusie was: alcoholreclame die aantrekkelijk is voor minderjarigen is toegestaan mits de**

**officiële, door de adverteerder genoemde doelgroep, ouder is. Vinden jullie niet dat iedere aanbieder dan in principe langs deze wet kan? Waarom wordt daar niet meer op gelet?**

Zoals hierboven toegelicht zijn de Reclame Code en de Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken geen wetten, maar regels die producenten zichzelf opleggen. Daarom hebben we hier dus geen rol in.

**7. Alcoholreclames wekken (bij mij) een positieve indruk, ook n.a.v. de eerdere voorbeelden. Als er gevolgen getoond worden, zullen dit vooral de positieve gevolgen zijn, zoals een lekkere smaak, ontspanning. Maar ook sociale acceptatie, gezelligheid en sociaal contact worden vaak als gevolg van alcoholconsumptie getoond, evenals verleiding en seksueel contact. In een paar andere landen is besloten om positieve associaties bij alcohol volledig weg te halen. Waarom is dit in Nederland (nog) niet het geval en hoe staat u hier in tegenover?**

In Frankrijk bestaat er inderdaad wetgeving die alleen reclame met informatie over het alcoholproduct dat wordt aangeprezen toestaat (bv. prijs, ingrediënten, herkomst, etc.). In Noorwegen is alle reclame voor alcoholhoudende dranken verboden, zo zijn er nog andere (vooral Scandinavische landen) die strenge wetgeving kennen op dit gebied. Op dit moment ligt er een MKBA alcohol (<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2016/10/03/kamerbrief-bij-de-onderzoeken-over-alcoholgebruik-en-drank-en-horecawet>) waarin dit onderwerp ook geanalyseerd is. In Nederland is er vooralsnog geen meerderheid in de Tweede Kamer gevonden voor deze of een soortgelijke maatregel.

**8. Ik zie in de plannen van het ministerie van Volksgezondheid, welzijn en sport geen plannen omtrent het alcoholbeleid. Houdt dat in dat er niets gebeurd of dat het op een andere manier aan bod komt?**

Natuurlijk gebeurt er een hoop rondom alcoholbeleid! Zo zijn we bijvoorbeeld bezig met de evaluatie van de Drank- en Horecawet (de belangrijkste wet, die gaat over de verantwoorde verstrekking alcohol). Deze wet moet geregeld geupdate worden. Daarnaast gaan we natuurlijk door met de NIX18 campagne en zul je de spotjes op TV blijven zien. Trimbos zet zich in opdracht van VWS continu in om de laatste wetenschappelijke inzichten omtrent alcohol schade en beleid (via websites en infolijnen) te delen. Op scholen wordt voorlichting gegeven over middelengebruik waaronder alcohol. Verder lopen er onderzoeken waarmee het alcoholgebruik onder verschillende doelgroepen worden gemonitord en laten we onderzoek uitvoeren naar het alcoholgebruik onder 55 plussers, aangezien ook in die groep alcoholproblematiek lijkt toe te nemen. Ook is Trimbos bezig met de ontwikkeling van een alcohol app. Dit is een aantal voorbeelden van wat er allemaal gebeurt. En vergeet niet dat gemeenten ook veel doen op dit gebied (voorlichting, handhaving).

## BIJLAGE 20: reactie VWS



Ministerie van Volksgezondheid,  
Welzijn en Sport

> Retouradres Postbus 20350 2500 EJ Den Haag

Directie Voeding,  
Gezondheidsbescherming  
en Preventie

Bezoekadres  
Parnassusplein 5  
2511 VX Den Haag  
T 070 340 79 11  
F 070 340 78 34  
www.rijksoverheid.nl

Inlichtingen bij

beleidsmedewerker

Datum 10 FEB. 2017  
Betreft Reactie op advies alcoholbeleid

Kenmerk  
1094109-161201-VGP

Uw brief  
Onderzoek over de  
effectiviteit van het  
alcoholbeleid

Bijlage(n)

Correspondentie uitsluitend  
richten aan het retouradres  
met vermelding van de  
datum en het kenmerk van  
deze brief.

Geachte heer Gezmen, beste Anil,

Op 8 februari ontving ik je email over je onderzoek over de effectiviteit van het alcoholbeleid en het mediabeleid ten aanzien van alcohol. Naast de email heb ik twee bijlagen ontvangen betreffende een samenvatting NIX18 vs. FIX18 en vier fictieve moties.

In je samenvatting leg je de opmaak van je onderzoek uit en breng je een advies uit aan de overheid. Je bent van mening dat op dit moment een stevige basis is gecreëerd door de overheid om het alcoholgebruik onder jongeren terug te dringen. Maar je bent van mening dat dit nog niet genoeg is om de volgende reden: "als minderjarige jongeren toch alcohol willen drinken, fixen zij wel alcohol". Om deze reden heb je de volgende adviezen uitgebracht aan de overheid:

- De verpakkingen van alcohol voorzien van een uniforme etikettering met gezondheidswaarschuwingen voor jongeren;
- De jongere, dan wel zijn of haar wettelijke vertegenwoordiger, strafbaar te stellen wanneer hij/zij in het bezit is van alcohol;
- De decentralisatie met betrekking tot de regels over *happy hours* en stuntprijzen terug te draaien en daarnaast centraal een totaalverbod op *happy hours* en stuntprijzen in te stellen;
- Tot slot adviseer je om ook een totaalverbod op positieve alcoholreclame in te stellen.

Zoals bij je bekend hebben Kamerleden op 15 februari een Algemeen Overleg met de Staatsecretaris van het Ministerie van VWS over het alcohol- en tabaksbeleid. Het onderwerp van je onderzoek komt hier waarschijnlijk uitgebreid aan bod. Hieronder geef ik je alvast een korte reactie op je adviezen.

Met betrekking tot je eerste advies het volgende; Aan jongeren onder de 18 mag geen alcohol worden verkocht. Sterker nog, jongeren zijn strafbaar wanneer zij in het bezit zijn van alcohol in een openbare ruimte. Een etiket op de verpakking van alcohol met een gezondheidswaarschuwing voor jongeren lijkt mij daardoor tegenstrijdig. Wel loopt de meerjarige NIX18 campagne. De NIX18 campagne

Pagina 1 van 2



helpt mee bij het neerzetten van de norm 'niet drinken en niet roken tot je 18'. Verder zetten we met deze campagne in op de sociale omgeving van jongeren; ouders, vrienden en het algemeen publiek. Ook is de NIX afspraak vanuit deze campagne geïntroduceerd. Dit betreft een afspraak tussen ouder en kind om niet te roken en niet te drinken tot je 18e.

Kenmerk  
1094109-161201-VGP

Met betrekking tot je tweede advies het volgende; Het klopt dat het verboden is om alcohol te verkopen aan jongeren. Maar jongeren onder de 18 zijn zelf ook strafbaar als ze alcohol bij zich hebben. Het doel dat wij nastreven is dat jongeren onder de 18 geen alcohol verkrijgen. Dit doel kan worden behaald door de minderjarige te beboeten wanneer hij/zij zelf alcohol bij zich heeft op voor publiek toegankelijke plaatsen en door de verstrekker te beboeten wanneer hij alcohol aan een minderjarige verkoopt.

Met betrekking tot je derde advies het volgende; Door de decentralisatie zijn de gemeenten verantwoordelijk voor het toezicht en de handhaving. Het merendeel van de gemeenten is tevreden met deze toezichtstaak. Uit cijfers blijkt ook een toename in de handhaving. Zo is het aantal aan verstrekkers opgelegde boetes en waarschuwingen voor het niet naleven van de wet in de afgelopen jaren toegenomen. Hetzelfde geldt voor het aantal aan jongeren opgelegde boetes, HALT straffen en waarschuwingen voor het overtreden van de wet.

Veel gemeenten maken gebruik van de mogelijkheid om een verbod op *happy hours* in te stellen, namelijk 47%. Dit lijkt daarmee goed belegt, gemeenten kunnen immers het beste inschatten waar de problemen plaatsvinden. Het klopt dat minder gemeenten gebruik maken de mogelijkheid om een verbod op prijsacties in te stellen. Dit komt omdat deze maatregel lastig realiseerbaar is aangezien de verstrekkers van alcohol veelal landelijk opereren. Dit onderdeel is daarom bij de totstandkoming van de nieuwe Drank en Horecawet (DHW) een punt van discussie.

Tot slot met betrekking tot je vierde advies; In de Maatschappelijke Kosten Baten Analyse (MKBA) alcohol is een verbod op alcoholreclame ook geanalyseerd. Mijn verwachting is dat hierover 15 februari in het Algemeen Overleg gesproken zal worden.

Hopende je hierbij voldoende te hebben geïnformeerd. Veel succes met het afronden van je onderzoek, wij zijn benieuwd naar de uitkomst.

Met vriendelijke groet,

de staatsecretaris van Volksgezondheid, Welzijn,  
en Sport,  
namens deze,  
de directeur Voeding, Gezondheidsbescherming  
en Preventie,

