LANDELIJK ONDERZOEK NAAR DE **NALEVING** VAN DE **REGELS RONDOM DRONKENSCHAP** EN **DOORSCHENKEN** IN 2024



bureau objectief

© Copyright

Opdrachtgever
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Onderzoeksteam
drs. Milou Hessels
drs. Milou Geerlings
drs. Thijs van den Berg
drs. Gijs van Amerongen
drs. Esmée Rutten
drs. Lynn Voogt
drs. Ivor van der Laan
Tim Wolters

Vormgeving
Hoogstede Ontwerpt

Wij bedanken alle auditoren en mysterykids voor hun inzet tijdens het veldwerk.

INHOUD

Samenvatting 5

Achtergrond 7

Aanleiding 7

Onderzoek en onderzoeksvragen 8

Methode 10

Mysteryshoponderzoek 10

Selectie acteurs en waarnemers 12

Procedure aankooppogingen 13

Gemeten variabelen 18

Steekproef 19

Analyse 21

Resultaten 22

Resultaten naleving doorschenken 22

Factoren die de naleving belemmeren of bevorderen 36

Conclusie 40

Naleving 40

Belemmerende en bevorderende factoren 40

Aanbevelingen 42

Referenties 47

Appendix A: Begrippenlijst 50

Appendix B: Kenmerken van en interacties bij de locaties 53

SAMENVATTING

In dit landelijke onderzoek is de naleving van het verbod op het toelaten van en het doorschenken aan personen in kennelijke staat van dronkenschap vastgesteld. Dit is het eerste landelijke onderzoek naar de naleving van het verbod op toegang en het verbod op doorschenken aan dronken personen.

Het onderzoek richt zich op vier type alcoholverstrekkers: avondwinkels, horecagelegenheden, paracommerciële instellingen en slijterijen. Bij avondwinkels richt het onderzoek zich alleen op het verbod op doorschenken aan personen in kennelijke staat van dronkenschap, omdat het verbod op het toelaten van personen in kennelijke staat van dronkenschap volgens de wet niet geldt voor avondwinkels.

Uit de resultaten blijkt dat slechts een kleine minderheid van de verstrekkers de wetgeving naleeft. Er zijn 167 locaties bezocht tijdens het onderzoek. Bij 3.2% werd de toegang geweigerd. Van de locaties waarbij de toegang niet ontzegd werd, werd het verbod op doorschenken in 14.2% van de gevallen nageleefd.

Bij 1 van de 13 avondwinkels is nageleefd door verkoop te weigeren (7.7%). Bij 10 van de 69 horecagelegenheden is nageleefd (14.5%). Bij 2 van de 69 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (2.9%). Bij 8 van de 67 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (11.9%). Bij 7 van de 46 paracommerciële is nageleefd (15.2%). Bij 1 van de 46 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (2.2%). Bij 6 van de 45 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (13.3%). Bij 10 van 39 slijterijen is nageleefd (25.6%). Bij 2 van de 39 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (5.1%). Bij 8 van

de 37 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (21.6%).

De onderzoeksresultaten bieden aanknopingspunten voor het verbeteren van de naleving van het verbod op toegang en doorschenken. Het is essentieel om dit onderwerp bij gemeenten en branches hoger op de agenda te zetten. Gemeenten moeten het verbod op toegang en doorschenken beter integreren in hun beleid en kunnen daarbij gebruikmaken van verschillende ondersteuningsbronnen. Vervolgonderzoek is nodig om motieven en weerstanden rondom doorschenken te begrijpen en gerichte interventies te ontwikkelen. Samenwerking met brancheverenigingen en verstrekkers is cruciaal om gezamenlijke normen rondom dronkenschap vast te stellen. De STAD-aanpak toont aan dat het creëren van draagvlak door samenwerking en normstelling effectief kan zijn. Daarnaast kunnen bestaande middelen zoals e-learning en praktijktrainingen, mits beter toegankelijk, bijdragen aan een verbeterde naleving.

ACHTERGROND

AANLEIDING

Overmatig gebruik van alcohol en dronkenschap levert problemen op voor de gezondheid van de drinker, de openbare orde en (verkeers)veiligheid. Denk bijvoorbeeld aan verminderde zelfbeheersing[1] en een grotere kans op risicovol gedrag,[2] ongevallen,[3] geweld[4] en vroegtijdige sterfte.[5] Daarnaast kan overmatig alcoholgebruik tot gezondheidsproblemen leiden, zoals hersenschade en een hogere kans op verslaving.[6,7] Deze negatieve gevolgen van overmatig gebruik van alcohol en dronkenschap leiden tot een grote inzet van politie, gemeenten en zorgpartijen.

In het Nationaal Preventieakkoord is dan ook vastgelegd dat er meer aandacht moet komen voor het tegengaan van dronkenschap bij de verstrekking van alcohol ter plaatse. De nadruk lijkt bij de verkoop van alcohol nu vooral te liggen op de naleving van de leeftijdsgrens. Dat is en blijft belangrijk, maar naast een verbod op alcohol verkopen aan minderjarigen, is het ook verboden om toegang te verlenen of alcohol te verkopen aan mensen die al dronken zijn.

De Alcoholwet[8] schrijft namelijk voor dat personen in kennelijke staat van dronkenschap niet aanwezig mogen zijn in een slijt- of horecalocaliteit of op een terras. Het Wetboek van Strafrecht schrijft voor dat er geen alcoholische drank mag worden geschonken aan personen in kennelijke staat van dronkenschap.[9]

Om de effectiviteit van de huidige toezicht- en handhavingsmaatregelen in kaart te brengen, worden nalevingsonderzoeken uitgevoerd. Het huidige onderzoek brengt de nalevingscijfers van 2024

in kaart. Dit is het eerste landelijke onderzoek op het thema toegang verlenen en alcohol verkopen aan personen in kennelijke staat van dronkenschap. Dat ook dit thema nu grootschalig onderzocht wordt, ligt geheel in lijn met de doelstellingen van het Nationaal Preventieakkoord om dronkenschap tegen te gaan bij de verstrekking van alcohol ter plaatse.

Hieronder wordt beschreven welke onderzoeksvragen beantwoord worden om tot betrouwbare nalevingscijfers te komen.

ONDERZOEK EN ONDERZOEKSVRAGEN

Het doel van dit onderzoek is vaststellen in hoeverre de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken wordt nageleefd. Dit doen we door antwoord te geven op vijf onderzoeksvragen. In tabel 1 staan de onderzoeksvragen beschreven.

Tabel 1. Onderzoeksvragen.

ONDERZOEKSVRAGEN
1. In hoeveel procent van de gevallen leven alcoholverstrekkers het verbod op het toelaten van dronken personen na (artikel 20, vierde lid van de Alcoholwet)?
2. In hoeveel procent van de gevallen leven alcoholverstrekkers het verbod op het doorschenken aan dronken personen na (artikel 252, eerste lid van het Wetboek van Strafrecht)?
3. Welke belemmeringen spelen een rol bij het naleven van het verbod op het toelaten van en het doorschenken aan dronken personen?
4. Welke factoren dragen bij aan een hogere naleving van het verbod op het toelaten van en het doorschenken aan dronken personen?
5. Op welke manier kan de naleving van het verbod op het toelaten van en het doorschenken aan dronken personen verbeterd worden?

Het onderzoek richt zich op vier type alcoholverstrekkers:

- avondwinkels
- horecagelegenheden (alleen natte horeca maken deel uit van dit onderzoek: cafés en discotheken).
- paracommerciële instellingen (alleen sportkantines en popodia maken onderdeel uit van dit onderzoek)
- slijterijen

De methode beschrijft hoe dit onderzoek naar de antwoorden op de hoofd- en deelvragen is uitgevoerd.

METHODE

In dit hoofdstuk komt eerst de procedure van het uitgevoerde nalevingsonderzoek aan bod. Vervolgens wordt er ingegaan op de wijze van steekproeftrekking. Tot slot volgt de uitleg over de analyse van de data.

MYSTERYSHOPONDERZOEK

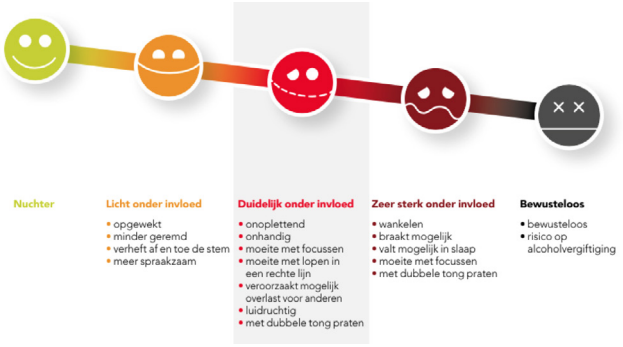
Het doel van het huidige onderzoek is om de naleving van de wetgeving omtrent dronkenschap en doorschenken in Nederland in kaart te brengen. Deze naleving omvat twee aspecten. Ten eerste houdt naleving in dat de alcoholverstrekker weigert om een persoon in kennelijke staat van dronkenschap toe te laten tot zijn of haar gelegenheid. Ten tweede houdt naleving in dat de alcoholverstrekker weigert om alcohol te verkopen aan een persoon in kennelijke staat van dronkenschap. Het nalevingsonderzoek resulteert in een nalevingscijfer: het percentage van het aantal aankooppogingen waarbij een verkoopkanaal de regels omtrent dronkenschap en doorschenken heeft nageleefd.

Om de naleving van de wetgeving omtrent dronkenschap en doorschenken te kunnen meten, wordt een kennelijke staat van dronkenschap in scène gezet door een team van acteurs. Zij knopen een gesprek aan met de verkoper, om deze een eerlijke kans te geven om het 'dronkenschap' op te merken, en proberen vervolgens alcohol te kopen. Het gaat om een aankooppoging van een alcoholproduct. In dit onderzoek is dat bier of sterke drank. Een waarnemer observeert het proces op afstand en controleert achteraf of de verkoper doorhad dat de acteurs 'dronken' waren.

Het dronken spel van de acteurs is gebaseerd op de schaal van dronkenschap, weergegeven in afbeelding 1. Deze schaal is ontwikkeld door het Norwegian Directorate of Health en vervolgens vertaald en aangepast door Bureau Objectief en het Trimbos-instituut aan de Nederlandse praktijk. Elke smiley op de schaal vertegenwoordigt een fase van 'onder invloed zijn' en is gekoppeld aan specifieke uiterlijke kenmerken die typerend zijn voor die fase. De rode smiley in het midden duidt op de kennelijke staat van dronkenschap zoals deze wettelijk is vastgelegd.

De dronken act van de acteurs komt overeen met een combinatie van gedragingen die passen bij 'duidelijk onder invloed' en 'zeer sterk onder invloed', zoals onhandigheid, onoplettendheid, verlies van coördinatie en praten met een dubbele tong. Deze combinatie is gekozen omdat gedragingen van 'zeer sterk onder invloed' vaak te loom en slaperig zijn voor dit onderzoek, maar het dronkenschap wel duidelijk moet overkomen. Er is gekozen voor een team van twee acteurs, omdat onderzoek aantoont dat dit, in tegenstelling tot matige dronkenschap en slechts één acteur, de beste methode is om naleving rondom doorschenken te toetsen[10-18].

Afbeelding 1. De schaal van dronkenschap.



SELECTIE ACTEURS EN WAARNEMERS

Acteurs

In dit onderzoek zetten wij meerderjarige acteurs in. Voorafgaand aan het onderzoek zijn de acteurs, met behulp van een regisseur, getraind in wetenschappelijk onderbouwde dronken gedragingen. Na de training, filmde een cameraman hun acts. De filmpjes legden wij voor aan een panel van ervaringsdeskundigen (3 horeca-medewerkers, 4 politieagenten, 4 beveiligers en 1 barvrijwilliger in een sportkantine). De panelleden beantwoordden anoniem voor elk van de filmpjes eerst de vraag: 'Wat valt je op aan het koppel?' Deze vraag stelden we open, zodat we de panelleden niet stuurden in hun antwoord. Na het beantwoorden van de open vraag klikten de respondenten door naar de volgende pagina, waar we een gesloten vraag stelden: 'Op een schaal van 1 tot 7, hoe dronken vond je het koppel?' Bij deze gesloten vraag zijn zogenaamde fillervragen toegevoegd om de aandacht van de respondent af te leiden, zoals 'Op een schaal van 1 tot 7, hoe vriendelijk kwam koppel 1 op jou over?' Door middel van fillervragen was het minder duidelijk dat het onderzoek om dronkenschap ging.

Enkel acteurs die door het panel werden beoordeeld als in kennelijke in staat van dronkenschap kunnen deelnemen aan het onderzoek. Er zijn in totaal 14 acteurs ingezet. De acteurs waren tussen de 24 en 62 jaar oud.

Waarnemers

De waarnemers zijn geselecteerd op basis van hun opleidingsniveau, werkervaring en deskundigheid. Voorafgaand aan het onderzoek hebben de waarnemers een training gevolgd. Hierbij hebben ze kennis opgedaan over de achtergrond van doorschenkonderzoek, het onderzoeksprotocol, de registratielijst en hun rol als waarnemer. Daarnaast hebben ze geleerd hoe ze in bijzondere situaties moeten handelen. Er zijn in totaal 7 waarnemers ingezet.

PROCEDURE AANKOOPPOGINGEN

Voor elk verkoopkanaal is een specifiek protocol voor een aankooppoging opgesteld, zoals hieronder toegelicht. Het protocol voor slijterijen en avondwinkels is voor dit onderzoek nieuw ontwikkeld, gebaseerd op het bestaande horeca-protocol. Deze nieuwe protocollen zijn getest tijdens een proefdag met één waarnemer en twee acteurs, waarna het op basis van de verkregen inzichten is verbeterd.

Voorbereiding

Voor aanvang van het onderzoek deden de acteurs een acteeroefening als warming-up. Ook creëerden ze een dronken verschijning (gekreukelde kleding, haar door de war, whiskyspray op kleding, tijgerbalsem onder ogen voor glazige blik). De acteurs en waarnemer spraken niet met elkaar tijdens de aankooppogingen: contact werd onderhouden via een Whatsapp-groep.

A. Uitvoering bij een horecagelegenheid of paracommerciële instelling

De waarnemer ging als eerste naar binnen en stuurde via Whatsapp informatie over de locatie, zodat de acteurs rekening konden houden met een drukke of juist rustige omgeving. Hij/zij zocht een plek op waar de bar goed zichtbaar was en wachtte op de acteurs. Wanneer een medewerker een vraag stelde, gaf de waarnemer aan dat hij/zij wachtte op een vriend en nog geen drankje hoefde.

De acteurs zetten de act al buiten in, zodat de dronkenschap niet spontaan ontstond en ook naleving bij de deur gemeten kon worden. Als ze niet werden toegelaten, vroegen ze de beveiliger wat de reden was en liepen daarna weg zonder discussie. Werden ze wel toegelaten, dan ging het dronken spel binnen verder.

Aangekomen bij de bar stelde één van de acteurs de vraag: 'Wat heb je op de tap?' Deze vraag bood de barmedewerkers tijd om

op te merken dat ze te maken hadden met 'dronken' klanten.

Vervolgens, nadat de barmedewerkers antwoord gaven, overlegden de dronken acteurs de bestelling terwijl ze dronken gedragingen vertoonden. De acteurs bestelden twee bier. Bij vragen van de barmedewerker over hun dronkenschap antwoordden de acteurs met een smoes, waaruit bleek dat er niks aan de hand was. Tijdens deze interactie maakten de acteurs geen opmerkingen naar elkaar of anderen met betrekking tot alcoholgebruik of dronkenschap. Als de bestelling werd geweigerd, reageerden de acteurs nonchalant en verlieten zij de locatie zonder discussie. Wanneer de acteurs wel alcohol kregen, lieten ze het op de bar staan en verlieten ze de locatie met een smoes.

De waarnemer controleerde, nadat de acteurs de locatie verlaten hadden, met een controlevraag of het barpersoneel daadwerkelijk herkende dat zijn/haar klanten 'dronken' waren. De waarnemer stelde de vraag zo open mogelijk: 'Wat was er met hun aan de hand?'. De waarnemer probeerde een duidelijk antwoord op deze vraag te verkrijgen zonder enige sturing te geven. Indien het antwoord op de eerste controlevraag onduidelijk bleef, stelde de waarnemer een tweede controlevraag: 'Waren zij dronken?'. Bij grote drukte moest de waarnemer improviseren bij dit gesprek. Als een gesprek na meerdere pogingen niet mogelijk was, observeerde de waarnemer de non-verbale reactie van de barman. Wanneer de acteurs aan de deur waren geweigerd, knoopte de waarnemer een gesprek aan met de beveiliger om te achterhalen of hij de acteurs geweigerd had vanwege dronkenschap: 'Mijn vrienden zeggen dat ze niet naar binnen mogen. Waarom?'.

Per locatie plaatsten de acteurs éénmaal een bestelling en deze rekenden ze wanneer van toepassing direct af bij de barmedewerker. In het onderzoeksveld consumeerden de acteurs en waarnemers

géén alcohol. Op elk moment dat de acteurs verzocht werden de gelegenheid te verlaten, deden ze dit zonder protest.

B. Uitvoering bij een slijterij

De waarnemer keek vanuit buiten via een raam naar binnen en stuurde via Whatsapp informatie over de locatie, zodat de acteurs rekening konden houden met een drukke of juist rustige omgeving. Hij/zij deed alsof hij/zij op zoek was naar een product en bleef in de buurt van de ingang en de kassa. Wanneer een medewerker een vraag stelde, gaf de waarnemer aan dat hij/zij nog even rondkeek.

De acteurs zetten de act al buiten in, zodat de dronkenschap niet spontaan ontstond en ook naleving bij de deur gemeten kon worden. Als ze niet werden toegelaten, vroegen ze de medewerker wat de reden was en liepen daarna weg zonder discussie. Werden ze wel toegelaten, dan ging het dronken spel binnen verder. Hierbij werd contact met andere klanten vermeden.

Aangekomen bij de kassa stelde één van de acteurs de vraag: 'Waar staat de wodka?'. Deze vraag bood de medewerkers tijd om op te merken dat ze te maken hadden met 'dronken' klanten.

Vervolgens, nadat de medewerkers antwoord gaven, overlegden de dronken acteurs de aankoop terwijl ze dronken gedragingen vertoonden. Na het overleg pakte een van de acteurs een fles wodka. Daarna liepen beide acteurs naar de kassa. Bij vragen van de medewerker over hun dronkenschap antwoordden de acteurs met een smoes, waaruit bleek dat er niks aan de hand was. Tijdens deze interactie maakten de acteurs geen opmerkingen naar elkaar of anderen met betrekking tot alcoholgebruik of dronkenschap. Als de verkoop werd geweigerd, reageerden de acteurs nonchalant en verlieten zij de locatie zonder discussie. Wanneer de acteurs de alcohol mee kregen, liepen zij na het afrekenen de winkel uit met het product

De waarnemer pakte alvast een product uit de schappen voor een controle aankoop en sloot achter de acteurs aan in de rij voor de kassa. De waarnemer controleert, nadat de acteurs de locatie verlaten hadden en tijdens het afrekenen van de controle aankoop, met een controlevraag of de verkoper daadwerkelijk herkend heeft dat zijn/haar klanten 'dronken' waren. De waarnemer stelde de vraag zo open mogelijk: 'Wat was er met hun aan de hand?'. De waarnemer probeerde een duidelijk antwoord op deze vraag te verkrijgen zonder enige sturing te geven. Indien het antwoord op de eerste controlevraag onduidelijk bleef, stelde de waarnemer een tweede controlevraag: 'Waren zij dronken?'. Bij grote drukte moest de waarnemer improviseren bij dit gesprek. Als een gesprek na meerdere pogingen niet mogelijk was, observeerde de waarnemer de non-verbale reactie van de medewerker. Wanneer de acteurs aan de deur waren geweigerd, stelde de waarnemer dezelfde controlevraag.

Per locatie plaatsten de acteurs éénmaal een bestelling en deze rekenden ze wanneer van toepassing direct af bij de medewerker. In het onderzoeksveld consumeerden de acteurs en waarnemers géén alcohol. Op elk moment dat de acteurs verzocht werden de gelegenheid te verlaten, deden ze dit zonder protest.

C. Uitvoering bij een avondwinkel

De waarnemer keek vanuit buiten via een raam naar binnen en stuurde via Whatsapp informatie over de locatie, zodat de acteurs rekening konden houden met een drukke of juist rustige omgeving. Hij/zij deed alsof hij/zij op zoek was naar een product en bleef in de buurt van de ingang en de kassa. Wanneer een medewerker een vraag stelde, gaf de waarnemer aan dat hij/zij nog even rondkeek.

De acteurs zetten de act al buiten in, zodat de dronkenschap niet spontaan ontstond en ook naleving bij de deur gemeten kon worden. Als ze niet werden toegelaten, vroegen ze de medewerker wat de reden was en liepen daarna weg zonder discussie. Werden ze wel toegelaten, dan ging het dronken spel binnen verder. Hierbij werd contact met andere klanten vermeden.

Aangekomen bij de kassa stelde één van de acteurs de vraag: 'Heb je ook speciaalbier?'. Deze vraag bood de medewerkers tijd om op te merken dat ze te maken hadden met 'dronken' klanten.

Vervolgens, nadat de medewerkers antwoord gaven, overlegden de dronken acteurs de aankoop terwijl ze dronken gedragingen vertoonden. Na het overleg besloot een van de acteurs: 'Doe dan toch maar gewoon pils' en vervolgens pakte een van de twee acteurs twee blikjes bier uit de koeling. Daarna liepen beide acteurs naar de kassa. Bij vragen van de medewerker over hun dronkenschap antwoordden de acteurs met een smoes, waaruit bleek dat er niks aan de hand was. Tijdens deze interactie maakten de acteurs geen opmerkingen naar elkaar of anderen met betrekking tot alcoholgebruik of dronkenschap. Als de verkoop werd geweigerd, reageerden de acteurs nonchalant en verlieten zij de locatie zonder discussie. Wanneer de acteurs de alcohol mee kregen, liepen zij na het afrekenen de winkel uit met het product

De waarnemer pakte alvast een product uit de schappen voor een controle aankoop en sloot achter de acteurs aan in de rij voor de kassa. De waarnemer controleert, nadat de acteurs de locatie verlaten hadden en tijdens het afrekenen van de controle aankoop, met een controlevraag of de verkoper daadwerkelijk herkend heeft dat zijn/haar klanten 'dronken' waren. De waarnemer stelde de vraag zo open mogelijk: 'Wat was er met hun aan de hand?'. De waarnemer probeerde een duidelijk antwoord op deze vraag te verkrijgen zonder enige sturing te geven. Indien het antwoord op de eerste controlevraag onduidelijk bleef, stelde de waarnemer een tweede controlevraag: 'Waren zij dronken?'. Bij grote drukte moest de waar-

nemer improviseren bij dit gesprek. Als een gesprek na meerdere pogingen niet mogelijk was, observeerde de waarnemer de non-verbale reactie van de medewerker. Wanneer de acteurs aan de deur waren geweigerd, stelde de waarnemer dezelfde controlevraag.

Per locatie plaatsten de acteurs éénmaal een bestelling en deze rekenden ze wanneer van toepassing direct af bij de medewerker. In het onderzoeksveld consumeerden de acteurs en waarnemers géén alcohol. Op elk moment dat de acteurs verzocht werden de gelegenheid te verlaten, deden ze dit zonder protest.

Afronding

Na afronding van de aankooppoging evalueerden zowel de acteurs als de waarnemer (via een online-vragenlijst) elke aankooppoging met een registratielijst. Aan het eind van iedere onderzoeksdag zijn de aankopen ingezameld en later collectief vernietigd. Zodra alle locaties voor de desbetreffende veldwerkdag bezocht zijn, brengt de waarnemer de acteurs naar huis.

GEMETEN VARIABELEN

Om in kaart te brengen welke factoren mogelijk invloed hebben op de naleving van het verbod op doorschenken, evalueerden zowel de acteurs als de waarnemer via een online-vragenlijst elke aankooppoging met een registratielijst. Zij registreerden:
Zijn de acteurs geweigerd bij de toegang?

- Is er alcohol verkocht?
- Zijn er weigeringstechnieken ingezet? Zoals:
    - vragen naar de staat van dronkenschap;
    - een alternatief aanbieden, bijvoorbeeld een alcoholvrij drankje of eten;
    - de service vertragen met commentaar of conversatie;
    - advies geven, bijvoorbeeld 'niet gaan rijden in dronken toestand';
    - de bedrijfsleider of een collega roepen.
- Wat was de verbale en non-verbale reactie van de beveiliger en/of medewerker?

Daarnaast registreerden zij een aantal randzaken, bijvoorbeeld de karakteristieken van de locatie en de interactie met de verkoper. Deze zijn gemeten om te toetsen welke omgevingsfactoren mogelijk van invloed zijn op de naleving van het verbod op doorschenken.

STEEKPROEF

Om uitspraken te kunnen doen over de nalevingscijfers van de verschillende verkoopkanalen, is het van belang een representatieve steekproef te trekken. Om een representatief beeld te kunnen creëren, is met de zogenaamde Nielsen districten gewerkt. Dit is een regionale indeling ten behoeve van landelijk representatief (markt) onderzoek. De 5 Nederlandse Nielsen districten zijn:

- Nielsen I: de 3 grote steden plus randgemeenten, Amsterdam, Rotterdam en Den Haag
- Nielsen II: Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht (exclusief de Nielsen I gemeenten)
- Nielsen III: Groningen, Friesland en Drenthe
- Nielsen IV: Overijssel, Gelderland en Flevoland
- Nielsen V: Zeeland, Noord-Brabant en Limburg

Binnen deze Nielsen districten is er ook nog een splitsing gemaakt op basis van de hoeveelheid inwoners die een gemeente heeft:

- Grote gemeente: >100.000 inwoners
- Middelgrote gemeente: 50.000 tot 100.000 inwoners
- Kleine gemeente: <50.000 inwoners

Vervolgens is er op een aselecte wijze, voor elk Nielsen district, een grote, middelgrote en kleine gemeente getrokken. Hieruit zijn 15 gemeenten gekomen die verspreid liggen over Nederland en ook gelijk verdeeld zijn op basis van aantal inwoners.

Nadat de te bezoeken gemeenten bekend waren, is er op aselecte wijze een steekproef getrokken voor de te bezoeken locaties verspreid over de verschillende verkoopkanalen binnen een gemeente. De bezoeken zijn naar rato van het aanbod over de verkoopkanalen verdeeld.

In dit onderzoek is een betrouwbaarheidsniveau op hoofdniveau gehanteerd van 80%. Dit betekent dat het nalevingscijfer in de steekproef met 80% zekerheid overeenkomt met de naleving van de gehele populatie van onderzochte verkoopkanalen.

Totale steekproef

In Tabel 2 staat het aantal uitgevoerde aankooppogingen per verkoopkanaal.

Tabel 2. Aantal uitgevoerde aankooppogingen per verkoopkanaal.

VERKOOPKANAAL	TOTAAL
Avondwinkels	13
Horecagelegenheden	69
Paracommerciële instellingen	46
Slijterijen	39
Totaal	**167**

ANALYSE

Voor het toetsen van de hypothesen hebben we verschillende statistische technieken toegepast. De afhankelijke variabelen waren de naleving van het verbod op toegang (0=nee, 1=ja) en de naleving van het verbod op doorschenken (0=nee, 1=ja). Frequentieanalyses zijn uitgevoerd om inzicht te krijgen in de verdeling van de naleving. We hebben gebruikgemaakt van kruistabellen en de chi-kwadraattoets om de associaties tussen variabelen te analyseren. Voor cellen met lage verwachte frequenties werd Fisher's exacte test of Fisher's-Freeman-Halton exacte test toegepast.

Aanvankelijk was het plan om een logistische regressieanalyse uit te voeren om de invloed van variabelen op de naleving te onderzoeken. De lage gemeten naleving zorgde voor onvoldoende variatie in de beide afhankelijke variabelen, waardoor de statistische power te laag was om deze analyse uit te voeren. Andere meer complexe analysetechnieken waren om dezelfde reden niet geschikt.

Alle analyses werden uitgevoerd met SPSS versie 29. Voor alle analyses is een significantieniveau van $\alpha = 0.05$ gehanteerd.

RESULTATEN

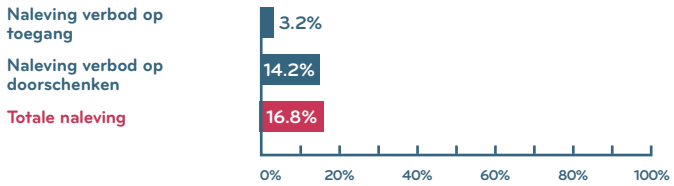
Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten van het onderzoek. In het eerste deel komen de totale nalevingspercentages aan bod. Vervolgens de resultaten per verkoopkanaal en per gemeentegrootte en per district. Tenslotte worden factoren die de naleving belemmeren of bevorderen uitgelicht[I].

Er zijn 167 locaties bezocht tijdens het onderzoek. Het is belangrijk op te merken dat de totalen bij de getoetste naleving kunnen variëren, aangezien bij verschillende toetsingen bepaalde locaties al dan niet zijn meegenomen in de berekening, waardoor het totaal niet altijd 167 bedraagt. In de voetnoten is een toelichting te vinden over de samenstelling van de totalen.

RESULTATEN NALEVING DOORSCHENKEN

Figuur 1 geeft het totale nalevingscijfer en de nalevingscijfers voor het verbod op toegang en doorschenken weer. In totaal is bij 28 van deze 167 locaties nageleefd (16.8%). Bij 5 van de 154[II] aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (3.2%). Bij 23 van de 162[III] aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (14.2%).

Figuur 1. Totale nalevingscijfer en nalevingscijfers voor het verbod op toegang en doorschenken.



I Zie appendix B voor aanvullende resultaten.
II Het verbod op het toelaten van personen in kennelijke staat van dronkenschap geldt niet voor avondwinkels. Avondwinkels worden niet meegeteld bij het totale aantal locaties waar naleving van toegangsweigering wordt getoetst. Hierdoor betreft de naleving door toegang te weigeren de overige 154 locaties.
III Bij 5 van de 167 locaties is de toegang geweigerd. Hierdoor betreft de naleving door verkoop te weigeren de overige 162 locaties.

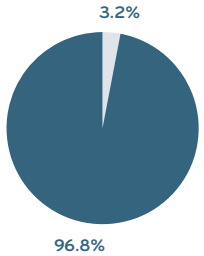
RESULTATEN DOORSCHENKEN
VERBOD OP TOEGANG

NALEVING TOEGANG

De acteurs probeerden in gespeelde staat van dronkenschap bij 154[IV] locaties alcohol te kopen. Bij 5 van de 154 locaties (3.2%) was er op het moment van bezoek een beveiliger aanwezig. Van de 5 beveiligers leefden er 2 (40.0%) na door de acteurs de toegang te weigeren vanwege dronkenschap: *"Dit gaan we niet doen dames, jij krijgt je jas terug. Moet je zien jullie kunnen amper op jullie benen staan, jullie mogen niet naar binnen."*

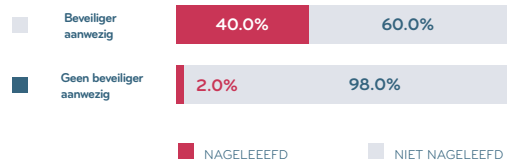
Bij 3 van de 149 locaties waar geen beveiliger aanwezig was (2.0%) heeft een andere medewerker de acteurs na binnenkomst alsnog de toegang geweigerd voordat zij bij de bar/kassa kwamen.

Aanwezigheid beveiliger



n=154

Naleving



INTERVENTIES TOEGANG

In de 2 gevallen dat de acteurs de toegang werd geweigerd aan de deur, pasten 2 van de beveiligers de volgende (combinaties van) interventies toe:

- Er werd 2 keer een opmerking gemaakt of vraag gesteld.
- Er werd 2 keer gevraagd naar de staat van dronkenschap.
- De binnenkomst werd 1 keer vertraagd.
- Er werd 0 keer advies gegeven.
- Er werd 1 keer een bedrijfsleider of ander personeel bij gehaald.

In de 3 gevallen dat de acteurs werden toegelaten aan de deur, pasten 2 van de beveiligers de volgende (combinaties van) interventies toe:

- Er werd 2 keer een opmerking gemaakt of vraag gesteld.
- Er werd 0 keer gevraagd naar de staat van dronkenschap.
- De binnenkomst werd 0 keer vertraagd.
- Er werd 0 keer advies gegeven.
- Er werd 0 keer een bedrijfsleider of ander personeel bij gehaald.

Bij 3 locaties zijn de acteurs vanwege hun dronkenschap geweigerd nadat ze de locatie binnenkwamen, maar voordat ze bij de bar/kassa kwamen met opmerkingen als: *'Ik denk niet dat ik jullie ga verkopen. Dringend verzoek om de zaak te verlaten. Anders gaan er dingen kapot en ben ik genoodzaakt om de politie te bellen'.*

In deze 3 gevallen pasten 3 van de medewerkers de volgende (combinaties van) interventies toe:

- Er werd 3 keer een opmerking gemaakt of vraag gesteld.
- Er werd 0 keer gevraagd naar de staat van dronkenschap.
- De binnenkomst werd 0 keer vertraagd.
- Er werd 1 keer advies gegeven.
- Er werd 0 keer een bedrijfsleider of ander personeel bijgehaald.

NALEVING TOEGANG TOTAAL

In totaal is er bij 5 van de 154 locaties (3.2%) nageleefd door toegang te weigeren.

Naleving



NALEVING TOEGANG

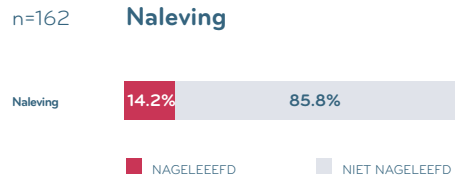
3.2%

IV Het verbod op het toelaten van personen in kennelijke staat van dronkenschap geldt niet voor avondwinkels. Avondwinkels worden niet meegeteld bij het totale aantal locaties waar naleving van toegangsweigering wordt getoetst. Hierdoor betreft de naleving door toegang te weigeren de overige 154 locaties.

RESULTATEN DOORSCHENKEN
VERBOD OP DOORSCHENKEN

NALEVING AAN DE BAR / DE KASSA

Bij 162[v] locaties konden de acteurs een aankooppoging doen aan de bar of kassa. Van die pogingen is 23 keer (14.2%) nageleefd en 139 keer (85.8%) niet nageleefd. In de 23 gevallen dat de medewerkers de aankoop van alcohol weigerden, werd deze service geweigerd vanwege dronkenschap: *'Ik ga jullie niets schenken. Jullie hebben al genoeg gehad en zijn dronken. Ik verkoop jullie niks, dat mag niet van de wet.'*



INTERVENTIES AAN DE BAR / DE KASSA

Van de 23 medewerkers die naleefden, pasten 19 van hen (82.6%) de volgende (combinaties van) interventies toe:

- Er werd 17 keer een opmerking gemaakt of vraag gesteld.
- Er werd 7 keer gevraagd naar de staat van dronkenschap.
- Er werd 5 keer een alternatief voor alcohol voorgesteld.
- De service werd 3 keer vertraagd.
- Er werd 3 keer advies gegeven.
- Er werd 3 keer een bedrijfsleider of ander personeel bijgehaald.
- Anders:
  - De bedrijfsleider kwam er zelf aanlopen.
  - De barvrouw zei dat ze de laatste ronde al had gehad en verwees ons door naar een ander café, dat nu net open zou gaan.
  - Na de vraag 'wat heb je op de tap' vroeg 1 van de 2 medewerkers achter de bar: *"Hoe laat is het?" aan een derde die verderop stond. Die antwoordde: "de tap is gesloten".* We probeerden de vraag nog eens en toen zei de derde nogmaals: *"we zijn gesloten".*
  - Twee andere personeelsleden zagen ons wel binnenkomen en keken al twijfelachtig. Zij spraken de verkoper achter de kassa erover aan.

Bij 115 van de 139 aankooppogingen waarbij niet is nageleefd, werd er geschonken zonder dat er interventies werden toegepast. Bij 24 aankooppogingen waarbij niet is nageleefd werden de volgende (combinaties van) interventies toegepast:

- Er werd 17 keer een opmerking gemaakt of vraag gesteld.
- Er werd 1 keer gevraagd naar de staat van dronkenschap.
- Er werd 2 keer een alternatief voor alcohol voorgesteld.
- De service werd 4 keer vertraagd.
- Er werd 3 keer advies gegeven.
- Er werd 4 keer een bedrijfsleider of ander personeel bijgehaald.
- Anders:
  - Na het bestellen van 2 bier, zeiden bekenden van de barmedewerker (die aan de bar zaten) tegen de barmedewerker: *'Dat moet je niet doen.'*

Ondanks deze (combinatie van) interventies werd er bij deze aankooppogingen wel alcohol geschonken.

NALEVING AAN DE BAR / DE KASSA TOTAAL

In totaal is er bij 23 van de 162 locaties (14.2%) nageleefd aan de bar / de kassa.



NALEVING DOORSCHENKEN

14.2%

V Bij 5 van de 167 locaties is de toegang geweigerd. Hierdoor betreft de naleving door verkoop te weigeren de overige 162 locaties.

bureau objectief

RESULTATEN DOORSCHENKEN **PER VERKOOPKANAAL**

NALEVING AVONDWINKELS

Er zijn 13 avondwinkels bezocht tijdens het onderzoek. In totaal is bij 1 van deze 13 locaties nageleefd door verkoop te weigeren (7.7%).

7.7%

NALEVING HORECAGELEGENHEDEN

Er zijn 69 horecagelegenheden bezocht tijdens het onderzoek. In totaal is bij 10 van deze 69 locaties nageleefd (14.5%). Bij 2 van de 69 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (2.9%). Bij 8 van de 67 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (11.9%).

14.5%

NALEVING PARACOMMERCIËLE INSTELLINGEN

Er zijn 46 paracommerciële instellingen bezocht tijdens het onderzoek. In totaal is bij 7 van deze 46 locaties nageleefd (15.2%). Bij 1 van de 46 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (2.2%). Bij 6 van de 45 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (13.3%).

15.2%

NALEVING SLIJTERIJEN

Er zijn 39 slijterijen bezocht tijdens het onderzoek. In totaal is bij 10 van deze 39 locaties nageleefd (25.6%). Bij 2 van de 39 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (5.1%). Bij 8 van de 37 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (21.6%).

25.6%

RESULTATEN DOORSCHENKEN
PER GEMEENTEGROOTTE



KLEINE GEMEENTE
<50.000 inwoners



MIDDELGROTE GEMEENTE
50.000 tot 100.000 inwoners



GROTE GEMEENTE
>100.000 inwoners

NALEVING MIDDELGROTE GEMEENTEN

Er zijn 57 locaties in middelgrote gemeenten bezocht. In totaal is bij 15 van deze 57 locaties nageleefd (26.3%). Bij 2 van de 57 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (3.5%). Bij 13 van de 55 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (23.6%).

26.3%

NALEVING KLEINE GEMEENTEN

Er zijn 51 locaties in kleine gemeenten bezocht. In totaal is bij 3 van deze 51 locaties nageleefd (5.9%). Bij 1 van de 51 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (2.0%). Bij 2 van de 50 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (4.0%).

5.9%

NALEVING GROTE GEMEENTEN

Er zijn 59 locaties in grote gemeenten bezocht. In totaal is bij 10 van deze 59 locaties nageleefd (16.9%). Bij 2 van de 46[VI] aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (4.3%). Bij 8 van de 57 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (14.0%).

16.9%

VI Het verbod op het toelaten van personen in kennelijke staat van dronkenschap geldt niet voor avondwinkels. Avondwinkels worden niet meegeteld bij het totale aantal locaties waar naleving van toegangsweigering wordt getoetst. Hierdoor betreft de naleving door toegang te weigeren enkel de overige locaties.

RESULTATEN DOORSCHENKEN **PER DISTRICT**



NIELSEN DISTRICT I
De 3 grote steden plus randgemeenten, Amsterdam, Rotterdam en Den Haag



NIELSEN DISTRICT II
Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht (exclusief de Nielsen I gemeenten)



NIELSEN DISTRICT III
Groningen, Friesland en Drenthe



NIELSEN DISTRICT IV
Overijssel, Gelderland en Flevoland



NIELSEN DISTRICT V
Zeeland, Noord-Brabant en Limburg

NALEVING NIELSEN DISTRICT II

Er zijn 34 locaties in Nielsen District II bezocht. In totaal is bij 0 van deze 34 locaties nageleefd (0.0%).

0.0%

NALEVING NIELSEN DISTRICT I

Er zijn 33 locaties in Nielsen District I bezocht. In totaal is bij 9 van deze 33 locaties nageleefd (27.3%). Bij 2 van de 27[VII] aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (7.4%). Bij 7 van de 31 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (22.6%).

27.3%

NALEVING NIELSEN DISTRICT III

Er zijn 32 locaties in Nielsen District III bezocht. In totaal is bij 4 van deze 32 locaties nageleefd (12.5%). Bij 0 van de 32 aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (0.0%). Bij 4 van de 32 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (12.5%).

12.5%

VII Het verbod op het toelaten van personen in kennelijke staat van dronkenschap geldt niet voor avondwinkels. Avondwinkels worden niet meegeteld bij het totale aantal locaties waar naleving van toegangsweigering wordt getoetst. Hierdoor betreft de naleving door toegang te weigeren enkel de overige locaties.

RESULTATEN DOORSCHENKEN **PER DISTRICT**

NALEVING NIELSEN DISTRICT IV

Er zijn 36 locaties in Nielsen District IV bezocht. In totaal is bij 12 van deze 36 locaties nageleefd (33.3%). Bij 3 van de 35[VIII] aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (8.6%). Bij 9 van de 33 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (27.3%).

33.3%

NALEVING NIELSEN DISTRICT V

Er zijn 32 locaties in Nielsen District V bezocht. In totaal is bij 3 van deze 32 locaties nageleefd (9.4%). Bij 0 van de 28[VIII] aankooppogingen is er nageleefd door toegang te weigeren (0.0%). Bij 3 van de 32 aankooppogingen is er nageleefd door verkoop te weigeren (9.4%).

9.4%

VIII Het verbod op het toelaten van personen in kennelijke staat van dronkenschap geldt niet voor avondwinkels. Avondwinkels worden niet meegeteld bij het totale aantal locaties waar naleving van toegangsweigering wordt getoetst. Hierdoor betreft de naleving door toegang te weigeren enkel de overige locaties.

FACTOREN DIE DE NALEVING BELEMMEREN OF BEVORDEREN

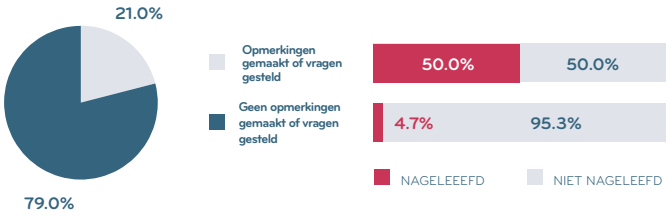
Bij 162 locaties is er een aankooppoging gedaan bij de kassa of bar en heeft interactie met de verkoper plaatsgevonden. 3 van de 6 interventies bleken significant samen te hangen met de naleving (opmerkingen maken of vragen stellen, vragen naar de staat van dronkenschap en een alternatief voorstellen). De mate van dronkenschap van andere gasten in horeca en paracommercie bleek ook significant samen te hangen met de naleving.

Opmerkingen maken of vragen stellen

Figuur 2 geeft de nalevingscijfers na de interventie 'opmerkingen maken of vragen stellen' weer. Bij 34 van de 162 locaties maakte de verkoper een opmerking of stelde deze vragen (21.0%). Hierna is er 17 keer nageleefd (50.0%) en 17 keer alcohol verkocht (50.0%). Bij 128 locaties maakte de verkoper geen opmerking en stelde geen vragen (79.0%). Hierna is er 6 keer nageleefd (4.7%) en 122 keer alcohol verkocht (95.3%).

Fisher's exacte test werd gebruikt om te bepalen of er een significante associatie was tussen het maken van een opmerking of stellen van een vraag en het naleven van het verbod op doorschenken. Er was een statistisch significante associatie tussen de twee variabelen (tweezijdige $p < .001$). Dat betekent dat er in verhouding vaker werd nageleefd wanneer verkopers vragen stelden aan of opmerkingen maakten tegen dronken klanten/gasten.

Figuur 2. Nalevingscijfers na de interventie 'opmerkingen maken of vragen stellen'.

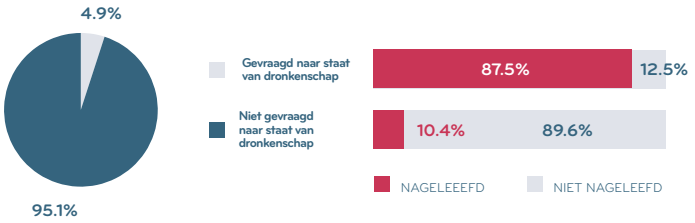


Vragen naar de staat van dronkenschap

Figuur 3 geeft de nalevingscijfers na de interventie 'vragen naar de staat van dronkenschap' weer. Bij 8 van de 162 locaties vroeg de verkoper naar de staat van dronkenschap (4.9%). Hierna is er 7 keer nageleefd (87.5%) en 1 keer alcohol verkocht (12.5%). Bij 154 locaties vroeg de verkoper niet naar de staat van dronkenschap (95.1%). Hierna is er 16 keer nageleefd (10.4%) en 138 keer alcohol verkocht (89.6%).

Fisher's exacte test werd gebruikt om te bepalen of er een significante associatie was tussen vragen naar de staat van dronkenschap en het naleven van het verbod op doorschenken. Er was een statistisch significante associatie tussen de twee variabelen (tweezijdige $p < .001$). Dat betekent dat er in verhouding vaker werd nageleefd wanneer verkopers vroegen naar de staat van dronkenschap van dronken klanten/gasten.

Figuur 3. Nalevingscijfers na de interventie 'vragen naar de staat van dronkenschap'.

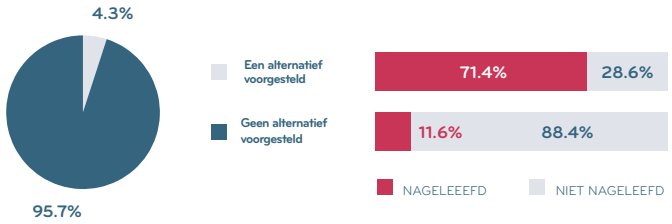


Een alternatief voorstellen

Figuur 4 geeft de nalevingscijfers na de interventie 'een alternatief voorstellen' weer. Bij 7 van de 162 locaties stelde de verkoper een alternatief voor (4.3%). Hierna is er 5 keer nageleefd (71.4%) en 2 keer alcohol verkocht (28.6%). Bij 155 locaties stelde de verkoper geen alternatief voor (95.7%). Hierna is er 18 keer nageleefd (11.6%) en 137 keer alcohol verkocht (88.4%).

Fisher's exacte test werd gebruikt om te bepalen of er een significante associatie was tussen het voorstellen van een alternatief en het naleven van het verbod op doorschenken. Er was een statistisch significante associatie tussen de twee variabelen (tweezijdige p < .001). Dat betekent dat er in verhouding iets vaker werd nageleefd wanneer verkopers een alternatief voorstelden aan dronken klanten/gasten.

Figuur 4. Nalevingscijfers na de interventie 'een alternatief voorstellen'.

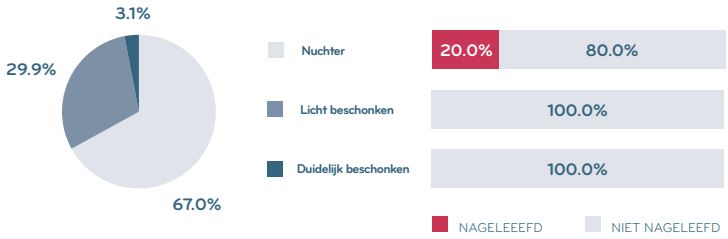


Mate van dronkenschap van andere gasten in horeca en paracommercie

Figuur 5 geeft de nalevingscijfers bij de verschillende fasen van dronkenschap van andere aanwezige gasten weer. Bij 97 van de 115 bezochte horecagelegenheden en paracommerciële inrichtingen waren er andere gasten aanwezig ten tijde van de aankooppoging. De waarnemer schatte in hoe dronken de andere gasten gemiddeld waren. Bij 65 van de 97 locaties waren de andere gasten nuchter (67.0%). Bij deze locaties is er 13 keer nageleefd (20.0%) en 52 keer niet nageleefd (80.0%). Bij 29 van de 97 locaties waren de andere gasten licht beschonken (29.9%). Bij deze locaties is er 0 keer nageleefd (0.0%). Bij 3 van de 97 locaties waren de andere gasten duidelijk beschonken (3.1%). Bij deze locaties is er 0 keer nageleefd (0.0%).

Fisher's-Freeman-Halton exacte test werd gebruikt om te bepalen of er een significante associatie was tussen de mate van dronkenschap van andere klanten en het naleven van het verbod op doorschenken. Er was een statistisch significante associatie tussen de twee variabelen (tweezijdige p = .020). Dat betekent dat er vaker werd nageleefd naarmate de andere gasten minder dronken waren.

Figuur 5. Nalevingscijfers per fase van dronkenschap van andere gasten.



CONCLUSIE

Deze conclusie beschrijft wat er opvalt aan de huidige nalevingscijfers en gaat in op de samenhang met interventies van verkopers en omgevingsfactoren.

NALEVING

Dit is het eerste landelijke onderzoek naar de naleving van het verbod op toegang en het verbod op doorschenken aan dronken personen. Het resultaat van 16.8% naleving laat zien dat slechts een kleine minderheid van de verstrekkers de wetgeving naleeft. Het nalevingscijfer van het verbod op toegang is 3.2%. Dat betekent dat in 3.2% van alle aankooppogingen bij horecagelegenheden, paracommerciële instellingen en slijterijen de acteurs de toegang tot de locatie is geweigerd. Het nalevingscijfer van het verbod op doorschenken is 14.2%. Dat betekent dat in 14.2% van alle aankooppogingen de acteurs de verkoop van alcohol is geweigerd.

BELEMMERENDE EN BEVORDERENDE FACTOREN

Uit de resultaten blijkt dat de interventies: opmerkingen of vragen stellen, vragen naar de staat van dronkenschap en een alternatief voorstellen een positief verband hebben met de naleving van het verbod op doorschenken. Hoewel er geen causaal verband is vastgesteld, suggereert dit dat deze interventies mogelijk bijdragen aan een betere naleving van de regels. Door dergelijke interventies toe te passen, kunnen verkopers wellicht een positieve impact hebben op de naleving van het verbod.

Het onderzoek toont aan dat de gemiddelde mate van dronkenschap van andere gasten op een locatie negatief samenhangt met de naleving van het verbod op doorschenken. Op locaties waar de andere gasten nuchter waren, werd het verbod soms nageleefd. Daarentegen werd het verbod nooit nageleefd op locaties waar de andere gasten licht of duidelijk beschonken waren. Het is mogelijk dat de mate van dronkenschap van andere gasten aangeeft wat de norm is van alcohol drinken op een bepaalde locatie. Misschien beïnvloedt deze sociale norm de naleving van het verbod op doorschenken.

Het valt op dat één middelgrote gemeente opmerkelijk hoge naleving van het verbod op doorschenken vertoont in vergelijking met de andere gemeenten. Deze variatie roept vragen op, vooral omdat er geen concrete aanwijzingen zijn die dit verschil verklaren. Het is mogelijk dat lokale factoren, zoals verschillen in handhaving, cultuur of bewustzijn rondom verantwoord alcohol verstrekken, een rol spelen. Verder onderzoek is nodig om de verschillen te verklaren, te begrijpen wat de naleving beïnvloedt en om meer factoren te identificeren die bijdragen aan de variabiliteit tussen gemeenten en districten.

AANBEVELINGEN

De resultaten bieden aanknopingspunten voor manieren om de naleving van het verbod op toegang en doorschenken te verbeteren.

Agendasetting gemeenten en branches

Het verbeteren van de naleving begint bij het op de agenda te zetten bij gemeenten en branches. Net als bij de leeftijdsgrens en wederverstrekking, hebben gemeenten de juridische plicht om toezicht te houden op het verbod op doorschenken. Zij hebben de plicht om hun doelen en acties van hun preventie- en handhavingsbeleid vast te leggen in een preventie- en handhavingsplan. Onderzoek toont echter aan dat minder dan de helft van de gemeentelijke plannen specifiek vermeldt dat toezicht en handhaving ook gericht zijn op het voorkomen van doorschenken[19]. Het gebrek aan aandacht voor het verbod op toegang en doorschenken kan bijdragen aan de lage naleving van deze regels.

Een belangrijk knelpunt bij het handhaven van het doorschenkverbod is dat dronkenschap minder objectief meetbaar is dan bijvoorbeeld de leeftijdsgrens van 18 jaar. Hierdoor zijn veel gemeenten terughoudend om dit onderwerp in hun handhavingsbeleid op te nemen. De uitkomsten van het landelijke onderzoek benadrukken echter de noodzaak om dronkenschap en doorschenken een prominentere plaats te geven in gemeentelijk beleid.

Gemeenten kunnen ondersteuning vinden via bronnen zoals de website van de handreiking alcoholwet, die concrete stappenplannen en praktijkvoorbeelden biedt om de handhaving effectiever te maken[20]. Door dronkenschap en doorschenken beter te integreren in het preventie- en handhavingsplan, kunnen gemeenten de naleving van de regels verbeteren en bijdragen aan het verminderen van de negatieve gevolgen van overmatig alcoholgebruik. Ook kunnen brancheverenigingen en verstrekkers met elkaar in gesprek over de resultaten van dit onderzoek en hun verantwoordelijkheid bij het schenken van alcohol. Dit versterkt niet alleen de effectiviteit van het toezicht, maar bevordert ook een gezondere en veiligere omgeving.

Motieven en weerstanden onderzoek

De onderzoeksresultaten laten zien dat het toelaten van dronken personen en het schenken of verkopen van alcohol aan hen de norm lijkt te zijn. Het lijkt erop dat verkopers onvoldoende kennis en vaardigheden hebben om dronken personen te weigeren. Het is belangrijk om aan te stippen dat dit geen onderdeel was van het onderzoek, net zoals de aansturing en ondersteuning van het personeel door leidinggevenden ook niet zichtbaar waren in het huidige onderzoek. Daarom is vervolgonderzoek aan te bevelen naar de motieven en weerstanden rondom doorschenken onder ondernemers en hun personeel in avondwinkels, horeca, paracommerciële instellingen en slijterijen.

Een dieper inzicht in de onderstaande factoren kan helpen om de naleving van de regels te verbeteren of gerichte interventies te ontwikkelen:

Inzet van portiers of beveiligers

Hoewel dit in het huidige onderzoek niet direct heeft geleid tot betere naleving, kan het inzetten van beveiligers een kans bieden. Vervolgonderzoek kan zich richten op de ervaringen en beweegredenen van horecaondernemers met betrekking tot het inzetten van beveiliging.

Herkennen van dronkenschap

Veel verkopers passen geen interventies toe en verkopen alcohol aan zichtbaar dronken personen. Het verbeteren van de vaardigheden om dronkenschap te herkennen kan een effectieve manier zijn om naleving te verhogen.

Significante samenhang tussen dronkenschap, andere klanten en naleving

Er is een duidelijke aanbeveling om normen rondom dronkenschap te stellen, niet alleen vanuit de overheid, maar ook vanuit brancheorganisaties en verstrekkers zelf. Een heldere normstelling kan bijdragen aan een cultuur waarin de regels beter worden nageleefd.

Vervolgonderzoek naar de bovengenoemde factoren kan helpen om beter te begrijpen welke barrières er zijn en hoe naleving van het doorschenkverbod kan worden verbeterd.

Creëren van draagvlak door samenwerking en normstelling

De resultaten van dit onderzoek bieden de kans om zowel op nationaal als lokaal niveau het gesprek aan te gaan tussen de overheid en verstrekkers van alcohol. Het doel is om gezamenlijk te werken aan het vaststellen en handhaven van duidelijke normen voor het verantwoord schenken van alcohol. Uit de cijfers blijkt dat de naleving van de wetgeving op dit gebied laag is en dat er onder verstrekkers een houding lijkt te heersen waarbij het toelaten van dronken personen en hen blijven schenken als normaal wordt beschouwd. Dit vraagt om een benadering waarbij het belangrijk is om niet alleen over verstrekkers te praten, maar vooral met verstrekkers in gesprek te gaan.

Een voorbeeld van samenwerking tussen verschillende partijen is de Zweedse STAD-aanpak (Stockholm Prevents Alcohol and Drug Problems). Deze methode is gericht op het creëren van draagvlak onder alle betrokkenen, waaronder horecaondernemers, politie en handhavingsinstanties. Door nauw samen te werken en gezamenlijk verantwoordelijkheid te nemen, kunnen normen worden vastgesteld die breed worden gedragen. De Aanpak Dronkenschap & Doorschenken is een vertaling van deze succesvolle strategie naar de Nederlandse context, en biedt een raamwerk voor gemeenten om een vergelijkbare aanpak te hanteren[21].

In Rotterdam, Hoek van Holland is deze aanpak reeds getest. Hier werd de STAD methode toegepast tijdens een grootschalig festival, waarbij werd geëxperimenteerd met het creëren van draagvlak, trainingen voor barpersoneel, vernieuwde handhavingsaanpak en een normstellende campagne. De aanpak bleek succesvol: barpersoneel voelde zich beter in staat om dronken en minderjarige gasten te weigeren, en er werd daadwerkelijk minder geschonken aan deze doelgroepen.

Alle partijen, van verstrekkers tot overheden, dragen een gezamenlijke verantwoordelijkheid in het bepalen en handhaven van de norm rondom het schenken van alcohol. Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport kan hierin een leidende rol spelen door het initiatief te nemen tot gesprekken met verstrekkers, gemeenten en andere relevante stakeholders, om zo gezamenlijk tot een breed gedragen normstelling te komen. Dit kan de basis vormen voor concrete maatregelen om de naleving van wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken te verbeteren.

Benutten en versterken wat er al is, ontwikkelen wat er nog mist

Om de naleving van de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken te verbeteren, is het belangrijk om verstrekkers te ondersteunen bij het vergroten van hun kennis en vaardigheden. Aangezien de meeste verstrekkers in dit onderzoek schenken zonder daarbij actief te controleren op tekenen van dronkenschap, verdient

specifiek het herkennen van dronkenschap extra aandacht. Er zijn al verschillende middelen ontwikkeld om verstrekkers hierbij te helpen:

E-learning voor horeca, sportclubs, slijterijen (en studenten-verenigingen)

Deze online training biedt basiskennis en praktische vaardigheden voor het verantwoord schenken van alcohol. Meer informatie is te vinden op de website van de e-learning:
https://verantwoordalcoholverkopen.nl/.

Praktijktrainingen voor horeca en sportverenigingen

Voor de horeca is er de barcode-training en voor sportverenigingen de IVA-training. Deze worden verzorgd door lokale instellingen voor verslavingszorg (IVZ) en zijn gericht op het opfrissen van kennis en het verbeteren van vaardigheden van verstrekkers.

Aanpak Dronkenschap en Doorschenken

Ook voor gemeenten bestaat er ondersteuning op dit gebied, zoals de eerder genoemde Aanpak Dronkenschap en Doorschenken, specifiek gericht op de uitgaanssetting[21]. Deze aanpak bevat materialen voor de horeca, zoals de Noorse smiley-systematiek, waarmee personeel dronkenschap kan herkennen en hier adequaat op kan reageren. Deze hulpmiddelen kunnen verder worden uitgebreid voor andere sectoren, zoals slijterijen, paracommerciële instellingen en avondwinkels. Het is daarbij van belang dat het bereik van deze bestaande (en nieuwe) ondersteuningsmiddelen wordt vergroot. Door deze online toegankelijk te maken op een centrale plek, vergelijkbaar met de NIX18-toolkit, kunnen verstrekkers de materialen eenvoudig vinden en gebruiken.

REFERENTIES

1. Baumeister, R. F. (2015). Uses of self-regulation to facilitate and restrain addictive behavior. *Addictive Behaviors, 44*, 3-8. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.09.011

2. Lees, B., Meredith, L. R., Kirkland, A. E., Bryant, B. E., & Squeglia, L. M. (2020). Effect of alcohol use on the adolescent brain and behavior. *Pharmacology, Biochemistry and Behavior, 192*. https://doi.org/10.1016%2Fj.pbb.2020.172906

3. Chikritzhs, T., & Livingston, M. (2021). Alcohol and the risk of injury. *Nutrients, 13*(8). https://doi.org/10.3390/nu13082777

4. Parrott, D. J., & Eckhardt, C. I. (2018). Effects of alcohol on human aggression. *Current Opinion in Psychology, 19*, 1-5. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2017.03.023

5. Sohi, I., Franklin, A., Chrystoja, B., Wettlaufer, A., Rehm, J., & Shield, K. (2021). The global impact of alcohol consumption on premature mortality and health in 2016. *Nutrients, 13*(9), 3145-3157. https://doi.org/10.3390/nu13093145

6. Obad, A., Peeran, A., Little, J. I., Haddad, G. E., & Tarzami, S. T. (2018). Alcohol-mediated organ damages: Heart and brain. *Frontiers in Pharmacology, 9*(81). https://doi.org/10.3389/fphar.2018.00081

7. Addolorato, G., Vassallo, G. A., Antonelli, G., Antonelli, M., Tarli, C., Mirijello, A., Agyei-Nkansah, A., Mentella, M. C., Ferrarese, D., Mora, V., Barbara, M., Maida, M., Camma, C., & Gasbarrini, A. (2018). Binge drinking among adolescents is related to the development of

alcohol use disorders: Results from a cross-sectional study. *Scientific Reports, 8*. https://doi.org/10.1038/s41598-018-33705-3

8. Alcoholwet. Artikel 20, lid 4. Geraadpleegd via: https://wetten.overheid.nl/BWBR0002458/2022-08-15#Paragraaf3

9. Wetboek van Strafrecht. Artikel 252, lid 1.1. Geraadpleegd via: https://wetten.overheid.nl/BWBR0001854/2019-11-28/#BoekTweede_TiteldeelXIV_Artikel252

10. Toomey, T. L., Wagenaar, A. C., Gehan, J. P., Kilian, G., Murray, D. M., & Perry, C. L. (2001). Project ARM: Alcohol risk management to prevent sales to un-derage and intoxicated patrons. *Health Education and Behavior, 2*8(2), 186-199. doi:10.1177/109019810102800205

11. Wallin, E., Gripenberg, J., & Andreasson, S. (2002). Too drunk for a beer? A study of overserving in Stockholm. *Addiction, 97*(7), 901-907. doi:10.1046/j.1360-0443.2002.00160.x

12. Toomey, T. L., Wagenaar, A. C., Erickson, D. J., Fletcher, L. A., Patrek, W., & Lenk, K. M. (2004). Illegal alcohol sales to obviously intoxicated patrons at licensed establishments. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 28*(5), 769-774. doi:10.1097/01.alc.0000125350.73156.ff

13. Lenk, K. M., Toomey, T. L., & Erickson, D. J. (2006). Propensity of alcohol establishments to sell to obviously intoxicated patrons. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 30*(7), 1194-1199. doi:10.1111/j. 1530-0277.2006.00142.x

14. Wallin, E., Gripenberg, J., & Andréasson, S. (2005). Overserving at licensed premises in Stockholm: Effects of a community action program. *Journal of studies on Alcohol, 66*(6), 806- 814. doi:10.15288/jsa.2005.66.806

15. Goodsite, B., Klear, L., & Rosenberg, H. (2008). The impact of behavioral signs of intoxication on bartender service. *Drugs: Education, Prevention and Policy, 15*(6), 545-551. doi:10.1080/09687630701725405

16. Warpenius, K., Holmila, M., & Mustonen, H. (2010). Effects of a community intervention to reduce the serving of alcohol to intoxicated patrons. *Addiction, 105*(6), 1032-1040. doi:10.1111/ J.1360-0443.2009.02873.x

17. Gosselt, J. F., Van Hoof, J. J., Goverde, M. M., & De Jong, M. D. (2013). One more beer? Serving alcohol to pseudo-intoxicated guests in bars. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 37*(7), 1213-1219. doi: 10.1111/acer.12074

18. Buvik, K., & Rossow, I. (2015). Factors associated with over-serving at drinking establishments. *Addiction, 110*(4), 602-609. doi:10.1111/add.12843

19. Rijksoverheid. Onderzoek gemeentelijk preventie en handhavingsbeleid alcohol. Geraadpleegd via: https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2023/02/28/eindrapport-onderzoek-gemeentelijk-preventie-en-handhavingsbeleid-alcohol-kwink-groep

20. Handreiking alcoholwet. Dronkenschap. Geraadpleegd via: https://www.handreikingalcoholwet.nl/dronkenschap/default.aspx

21. Nijkamp, L. (2020). Dronkenschap en doorschenken: Van intentie naar actie. Trimbos-instituut & Bureau Objectief.

APPENDIX A: BEGRIPPENLIJST

In onderstaande begrippenlijst staan de termen uitgelegd in context van dit nalevingsonderzoek.

Aselecte steekproef | Een steekproef waarbij iedere locatie uit de populatie dezelfde kans heeft om in de steekproef terecht te komen.

Avondwinkels | Avondwinkels zijn winkels die een ontheffing voor de winkeltijdenwet hebben en daarom tijdens de avonduren geopend zijn. Het gaat hier om avondwinkels die zwak-alcoholhoudende dranken als bijproduct verkopen, en niet om avondwinkels met een slijterijvergunning.

Controlevraag | De vraag die de waarnemer stelt om te controleren of de betreffende verkoper de acteurs als dronken heeft beschouwd.

Horecagelegenheden | Horeca refereert aan hotels, restaurants, cafés en soortgelijke instellingen die een Alcoholwet-vergunning hebben om alcohol te verkopen voor nuttiging ter plaatse. In dit onderzoek is enkel natte horeca onderzocht. Onder natte horeca worden uitgaansgelegenheden verstaan die als hoofddoel de verkoop van drank hebben (al dan niet alcoholhoudend). Eten kan bij deze gelegenheden aanwezig zijn, maar is slechts ondersteunend (bittergarnituur, tosti's, etc.). Voorbeelden: cafés en discotheken.

Nalevingscijfer | Het percentage van het aantal aankooppogingen waarbij het wettelijke verbod op toegang en/of verkoop van alcohol aan dronken personen is nageleefd.

Paracommerciële instellingen | Verenigingen en stichtingen die horeca-activiteiten uitvoeren die los staan van hun hoofddoelstelling. Denk bijvoorbeeld aan wijk- en buurthuizen, jongerencentra, poppodia en kantines van sportverenigingen. Enkel poppodia en kantines van sportverenigingen maken onderdeel uit van het huidige onderzoek.

Populatie | Alle verkooppunten van alcohol of tabak waarover je een conclusie wilt trekken. In dit onderzoek vormt ieder verkoopkanaal een aparte populatie.

Populatiegrootte (N) | Het totaal aantal gelegenheden of locaties van een verkoopkanaal in Nederland, bijvoorbeeld het totaal aantal drankverstrekkende cafetaria's of het totaal aantal ketensupermarkten.

Representatief onderzoek | Onderzoek waarbij de resultaten een betrouwbare afspiegeling zijn voor de gehele populatie.

Significantie | Een significant verschil houdt in dat het onwaarschijnlijk is dat het gevonden verschil op toeval berust.

Slijterijen | Winkellocaties gespecialiseerd in het verkopen van alcoholhoudende drank voor gebruik elders dan ter plaatse.

Borrelshops | Aan een ketensupermarkt gekoppelde winkellocatie, zonder eigen ingang, met een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf. Verschil met de ketenslijterij is dat de borrelshops en supermarkt als één locatie onder dezelfde bedrijfsnaam opereren. Borrelshops maken geen onderdeel uit van dit onderzoek.

Ketenslijterijen | De winkellocatie is onderdeel van een ketenbedrijf, heeft een eigen ingang en heeft een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf.

Zelfstandige slijterijen | Zelfstandige slijterijen maken geen onderdeel uit van een ketenbedrijf en zijn gespecialiseerd in het verkopen van alcoholhoudende dranken.

Steekproefgrootte (n) | Het aantal te onderzoeken locaties binnen een populatie.

Toegang | Er wordt toegang verleend wanneer een persoon de locatie van een verkoper mag betreden en binnen mag blijven. De toegang kan ontzegd worden wanneer een beveiliger of verkoper de persoon vraagt om te vertrekken. Volgens de Alcoholwet (artikel 20, lid 4) mag er geen toegang verleend worden aan personen die in kennelijke staat zijn van dronkenschap verkeren.

Weigeringstechniek | Interventies die een beveiliger of verkoper kan inzetten om de toelating van of verkoop aan dronken personen te weigeren.

APPENDIX B: KENMERKEN VAN EN INTERACTIES BIJ DE LOCATIES

In deze bijlage worden de karakteristieken van de bezochte locaties besproken. Denk hierbij aan kenmerken van de locatie, de medewerkers, de andere klanten en de interactie tussen acteurs en medewerkers. Hierbij wordt ook ingegaan hoe deze eigenschappen zich verhouden tot de naleving van het toegangsverbod en het verbod op doorschenken. Tevens wordt een impressie gegeven van de reacties in antwoord op de controlevraag.

Acteurs

Tabel 3. Geslacht acteurskoppel & naleving verbod op doorschenken.*

GESLACHT ACTEURSKOPPEL	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Vrouw vrouw	78	13	91
Man vrouw	61	10	71
Totaal	139	23	162

Tabel 4. Gemiddelde leeftijd per acteurskoppel & naleving verbod op doorschenken.*

GEMIDDELDE LEEFTIJD ACTEURSKOPPEL	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
25	19	0	19
25.5	12	0	12
28	11	2	13
29	9	1	10
30,5	9	1	10
33,5	10	1	11
34,5	6	3	9
37,5	14	8	22
39	13	0	13
43,5	10	0	10
46,5	6	4	10
58,5	11	0	11
61,5	9	3	12
Totaal	139	23	162

**De kenmerken van de acteurs worden niet gerapporteerd voor verbod op toegang vanwege het lage aantal locaties waarbij dit verbod is nageleefd (n= 5).*

Beveiligers

Tabel 5. Geslacht beveiliger & naleving verbod op toegang.

GESLACHT BEVEILIGER	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Man	3	0	3
Vrouw	0	1	1
Anders	0	1	1
Totaal	3	2	5

Tabel 6. Leeftijd beveiliger & naleving verbod op toegang.

LEEFTIJD BEVEILIGER	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
20-40 jaar oud	2	0	2
>40 jaar oud	1	2	3
Totaal	3	2	5

Tabel 7. Geslacht medewerker die toegang weigerde.

GESLACHT MEDEWERKER	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Man	n.v.t.	3	3
Vrouw	n.v.t.	0	0
Anders	n.v.t.	0	0
Totaal	n.v.t.	3	3

Tabel 8. Leeftijd medewerker die toegang weigerde.

LEEFTIJD MEDEWERKER	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
20-40 jaar oud	n.v.t.	1	1
>40 jaar oud	n.v.t.	2	2
Totaal	n.v.t.	3	3

Verkopers

Tabel 9. Geslacht verkoper & naleving verbod op doorschenken.

GESLACHT VERKOPER	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Man	84	14	98
Vrouw	55	9	64
Anders	0	0	0
Totaal	139	23	162

Tabel 10. Leeftijd verkoper & naleving verbod op doorschenken.

LEEFTIJD VERKOPER	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
<20 jaar oud	13	1	14
20-40 jaar oud	75	9	84
>40 jaar oud	51	13	64
Totaal	139	23	162

Tabel 11. Drukte verkoper & naleving verbod op doorschenken.

DRUKTE VERKOPER	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Niet druk, geen tot weinig klanten			
1	70	15	85
2	26	5	31
3	15	2	17
4	12	0	12
5	9	1	10
6	5	0	5
7	2	0	2
Heel druk, veel klanten			
Totaal	139	23	162

Tabel 12. Aantal verkopers betrokken bij aankooppoging & naleving verbod op doorschenken.

AANTAL VERKOPERS BETROKKEN BIJ AANKOOPPOGING	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
1	115	15	130
2	21	7	28
3	3	1	4
Totaal	139	23	162

Kenmerken van de locaties

Tabel 13. Leeftijd van de aanwezige klanten & naleving verbod op doorschenken.

LEEFTIJD AANWEZIGE KLANTEN	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
20 jaar of jonger	3	1	4
21-30 jaar oud	21	8	29
31-40 jaar oud	44	5	49
41-50 jaar oud	31	3	34
51-60 jaar oud	9	1	10
60 jaar of ouder	2	0	2
Totaal	110	18	128

Tabel 14. Drukte in de locatie & naleving verbod op doorschenken.

DRUKTE IN DE LOCATIE	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Rustig	86	16	102
Gematigd druk	48	7	55
Druk	5	0	5
Totaal	139	23	162

Tabel 15. Zichtbaarheid huisregels & naleving verbod op doorschenken.

ZICHTBAARHEID HUISREGELS	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Nee was er niet	117	18	135
Ja, goed zichtbaar	22	5	27
Totaal	139	23	162

Tabel 16. Zichtbaarheid leeftijdsaanduidingen NIX18 & naleving verbod op doorschenken.

ZICHTBAARHEID LEEFTIJDSAANDUIDINGEN NIX18	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Nee was er niet	77	12	89
Ja, goed zichtbaar	62	11	73
Totaal	139	23	162

Kenmerken van de locaties in bar setting (horeca en paracommercie)

Tabel 17. Mate dronkenschap van aanwezige klanten & naleving verbod op doorschenken.

MATE DRONKENSCHAP AANWEZIGE KLANTEN	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Nuchter	52	13	**65**
Licht beschonken	29	0	**29**
Duidelijk dronken	3	0	**3**
Totaal	**84**	**13**	**97**

Tabel 18. Aanwezigheid drankpromotie & naleving verbod op doorschenken.

AANWEZIGHEID DRANKPROMOTIE	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Nee	82	14	**96**
Ja	16	0	**16**
Totaal	**98**	**14**	**112**

Tabel 19. Roken binnen & naleving verbod op doorschenken.

ROKEN BINNEN	NIET NAGELEEFD	WEL NAGELEEFD	TOTAAL
Nee, er werd binnen niet gerookt	96	14	**110**
Ja, er werd binnen gerookt	2	0	**2**
Totaal	**98**	**14**	**112**

Controlevraag

Om er zeker van te zijn dat beveiligers en verkopers de dronken act van de acteurs als zodanig opmerkten, is er door de waarnemer een open controlevraag gesteld. Onderstaande uitspraken geven een indruk van hoe de staat van dronkenschap door portiers en verkopers ervaren werd.

Tabel 20. Reacties op controlevraag.

REACTIES OP CONTROLEVRAAG
"Ja, dat krijg je ervan als je te veel bier op hebt."
"Die hebben al een flinke borrel gehad. Die hebben het morgen wat minder leuk. Zo dronken zie ik ze 's avonds ook niet."
"Die waren niet meer nuchter, kijk ze lopen, niet normaal. Die hebben genoeg gehad."
"Zij had denk ik wat op. Officieel mag ik, als het zo duidelijk is, ze niks meer meegeven, maar ze waren al zo ver."
"Te veel op, die waren helemaal lam joh."
"Die hebben al genoeg gedronken. Ik dacht op een gegeven moment: weet je wat, ik ga jullie geen biertjes verkopen."
"Ja, die waren dronken. En hebben zeker al een wodka fles op."
"Ja, ze waren duidelijk dronken. Ze krijgen een drankje van mij en niet meer."
"Die waren compleet van de kaart."
"Ja poh, die hadden er al wel wat meer op vandaag."

BUREAU OBJECTIEF
Toernooiveld 300
6525 EC Nijmegen
024 848 1111
info@bureauobjectief.nl
www.bureauobjectief.nl

© Bureau Objectief, Nijmegen, oktober 2024