Voorzitter dr.ir. D. Korf , Dresselhuijsweg 20, 4105 DB Culemborg, tel. 0345-47 32 39

Secretaris W.R. Peereboom, Bergeonstraat 1, 1851 KB Heiloo, tel. 072-53 35 192

P E R S B E R I C H T A N G O B

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**RESULTATEN ALCOHOLBELEID NOG MAGERTJES**

**In zijn evaluatie van vier jaar alcoholbeleid, toont staatssecretaris Van Rijn (VWS) zich gematigd tevreden. Daar valt wel wat op af te dingen. De door alcohol veroorzaakte netto maatschappelijke kosten, waren in 2015 nog precies even hoog als in 2010. In 2015 lag het aantal ziekenhuisopnamen van minderjarige drinkers zelfs 22 procent hoger dan in 2011. Geen zaken om tevreden mee te zijn. Aldus voorzitter dr.ir. Dingeman Korf van Stichting ANGOB in zijn nieuwjaarsrede.**

Uiteraard vallen er wel kleine verbeteringen te constateren. Zo steeg de leeftijd van de in een ziekenhuis opgenomen jongeren van 14,9 jaar in 2007 naar 15,4 jaar in 2015. Een vooruitgang. Maar in aanmerking nemende dat in de tussentijd de leeftijdsgrens voor alcohol met 2 jaar verhoogd is, moeten we constateren dat de achterstand op de wettelijke grens is toegenomen, van 1,1 jaar naar 2,6 jaar.

Iets soortgelijks zien wij bij de handhaving van de leeftijdsgrens. Die is in de slijterijen en supermarkten flink verbeterd. Maar toch slaagt daar nog één op de vier aankooppogingen door minderjarigen. Bij de ketenslijterijen is dat één op de vijf (dus 80 procent naleving). De horeca steekt daar schril bij af, met circa 25 procent naleving. Om nog maar te zwijgen van de sportkantines, met slechts 17 procent naleving.

Al met al valt er nog veel te verbeteren. Stichting ANGOB is van mening dat de overheid de drie door de WHO aanbevolen meest effectieve beleidsmaatregelen moet gaan invoeren, te weten : beperking van de verkrijgbaarheid naar plaats en tijd, verhoging van de prijs (afkondigen bodemprijs, verbod op prijsstunten met alcohol, accijnsverhoging) en ingrijpen in de reclame (bijv, verbod op TV-reclame).