



# PERSBERICHT

Utrecht, 22 maart 2007

## Happy hours en andere prijsacties in 1 op de 3 cafés

*Onderzoek: jongeren van 14 en 15 jaar drinken meer door prijsacties*

*Uit onderzoek van de Universiteit Twente, uitgevoerd in opdracht van STAP, is gebleken dat er nog steeds veel prijsacties voorkomen in de Nederlandse horeca. Een derde van de ruim 200 bezochte cafés in 5 grote Nederlandse steden houdt prijsacties. Een kwart van de websites van cafés adverteert ermee. Kortingen op bier komen het meeste voor. Een enquête onder 14 –en 15-jarigen laat zien dat jongeren die uitgaan in cafés regelmatig hun cafékeuze door prijsacties laten bepalen. Ze drinken tijdens een prijsactie ook vaak meer dan ze anders zouden doen.*

### **Prijsacties in een derde van de geobserveerde cafés**

Het bekende 'happy hour' (tijdstip waarop alcohol goedkoper wordt verkocht) leek tegenwoordig niet meer vaak voor te komen in de horeca. Met het doel de aanwezigheid van happy hours en andere prijsacties in de horeca in kaart te brengen werd eind 2006 een grootschalig onderzoek uitgevoerd. In totaal zijn 209 cafés, verdeeld over de (studenten)steden Amsterdam, Nijmegen, Utrecht, Groningen en Eindhoven, 2 keer geobserveerd. De cafés werden vooraf willekeurig geselecteerd maar bevonden zich wel in het centrum van de steden. In 31% van de geobserveerde cafés werden prijsacties gevonden. Bijna de helft van de prijsacties betrof bier (48%, bijv. 'bier voor 1 euro'), gevolgd door happy hours (11%) en kortingen op cocktails (10%). Prijsacties voor shooters, sterke drank en wijn kwamen minder vaak voor.

### **Kwart café websites adverteert met prijsacties**

In het onderzoek werden ook 256 websites van cafés uit de 5 grote steden gescreend op prijsacties. Op 25% van de websites werden aankondigingen voor prijsacties gevonden. In een meerderheid van de gevallen (67%) waren de prijsacties op een erg zichtbare plek op de site afgebeeld. Gegevens op de websites kwamen meestal (71%) overeen met de observaties in het café.

### **Onderschatting**

De uitkomst van 31% van het aantal cafés dat aan prijsacties doet lijkt een onderschatting van het daadwerkelijke percentage. Er kunnen namelijk prijsacties zijn gemist tijdens de observaties. De website kan in dit geval extra informatie bieden. Echter, niet alle geobserveerde cafés hadden een website (slechts 122 van

de 209). Als de resultaten uit het website onderzoek worden gecombineerd met het totaal aantal geobserveerde cafés zou zelfs 39% van de cafés aan prijsacties doen.

### **Minderjarigen drinken vaak tijdens het uitgaan**

Ook is een enquête afgenomen onder 340 14 -en 15-jarigen uit de 5 grote steden. Hieruit kwam naar voren dat bijna twee derde van deze jongeren uitgaat (naar o.a. cafés, discotheken, schoolfeesten en hokken en keten). In totaal drinkt 81% van de jongeren soms tot altijd alcohol bij deze gelegenheden (43% drinkt zelfs vaak tot altijd). Van de 123 jongeren die alleen uitgaan in de horeca (café + discotheek) geeft 82% aan soms tot altijd alcohol te drinken. Dit ondanks dat zij nog geen 16 zijn en alcohol niet aan hen verkocht mag worden.

### **Prijsacties verhogen alcoholconsumptie**

Van de 340 ondervraagde jongeren gaan er 77 uit in cafés en drinken daar alcohol. Deze groep geeft aan regelmatig in aanraking te komen met prijsacties (75%). Een totaal van 69% gebruikt de prijsacties wekelijks tot maandelijks. Veel jongeren (63%) stemmen er zelfs regelmatig de keuze van het café op af. Meer dan de helft (55%) van hen geeft aan tijdens een prijsactie meer te drinken dan gewoonlijk.

### **'Happy hour' motie**

Zowel in 2001 als in 2005 is door de Tweede Kamer reeds een motie aangenomen om happy hours en het stunten met alcoholprijzen in de horeca te verbieden omdat ze aanzetten tot onverantwoord alcoholgebruik. Deze moties zijn nooit uitgevoerd. STAP roept op deze moties alsnog uit te voeren, waarbij het woord 'happy hour' vervangen zou moeten worden door 'prijsacties'.

#### **Bronnen:**

1. Van Hoof, J., Gosselt, J., van Noordenburg, M., de Jong, M. (2007). Happy hours and other alcohol cash discounts in cafés: prevalence and effects on underage adolescents. Manuscript aangeboden ter publicatie. *Journal of Public Health Policy*.

---

#### *Voor meer informatie:*

STAP (Stichting Alcoholpreventie)  
Dhr. ir. W.E. van Dalen, directeur  
T 030-6565041 / 06-53295544  
E [stap@stap.nl](mailto:stap@stap.nl)  
I [www.stap.nl](http://www.stap.nl)