



Alcohol kopen door minderjarigen even eenvoudig als kopen frisdrank

Onderzoek UT: 100% beschikbaarheid alcohol voor jongeren onder 16 in detailhandel

Jongeren onder de zestien die alcohol willen kopen slagen daar altijd in. Dat blijkt uit nieuw onderzoek van de Universiteit Twente. Het onderzoek toont aan dat het kopen van alcohol een kwestie van minuten is en zelfs niet noemenswaardig moeilijker dan het kopen van frisdrank. Verder blijkt dat de meeste jongeren slagen in de eerste winkel die ze bezoeken. ‘De verschillende campagnes van de laatste jaren om de naleving van leeftijdsgrenzen te verbeteren hebben geen enkel effect gehad op de beschikbaarheid van alcohol.’

Wetenschappers van de Universiteit Twente hebben begin 2011 onderzocht welke inspanningen jongeren moeten leveren om in de detailhandel alcohol te kunnen kopen. In dit onderzoek bezochten twintig veertien- en vijftienjarige *mystery shoppers*, in twee representatieve regio’s, in totaal 236 verkooppunten. Om de praktijk zo goed mogelijk te benaderen, bepaalden de jongeren hierbij zelf waar ze (gesloten verpakkingen) alcohol probeerden te kopen. Hierbij moesten ze zich uiteraard gewoon aan de wet houden.

Minutenwerk

Uit het onderzoek blijkt dat de jongeren die de opdracht krijgen om alcohol te kopen daarin altijd slagen en dat dit voor hen *minutenwerk* is. In 75,8 procent van de gevallen slaagden de jongeren daarbij in één keer. Tijdens de eerste meetserie werd een gemiddelde aankooptijd van 11 minuten en 54 seconden vastgesteld, inclusief de reistijd die nodig was om de afstand tot het verkooppunt af te leggen (gemiddeld 1187 meter). Uit verdere metingen in het onderzoek bleek bovendien dat het kopen van alcohol de jongeren niet noemenswaardig meer tijd of moeite kostte dan het kopen van frisdrank.

Supermarkten waren de meest favoriete plek om alcohol te kopen, geen enkele formule uitgezonderd. In de meeste gevallen werd niet naar identificatie gevraagd. In twee derde van alle aankoopogingen werd de leeftijd van de jongeren niet gecontroleerd. In het geval de leeftijd wel werd vastgesteld aan de hand van een legitimatiebewijs, konden de jongeren in een kwart van de gevallen toch gewoon alcohol kopen.

Nalevingspercentage

In het onderzoek is bepaald wat het nalevingspercentage in de detailhandel zou moeten zijn om de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren te kunnen verlagen. Dat blijkt in de Nederlandse situatie ruim 90 procent te zijn. Een dergelijk niveau biedt redelijke zekerheid dat, ondanks het grote aantal verkooppunten, aanmerkelijk minder kinderen drank kunnen kopen.

Campagnes

In de periode 2002 - 2010 voerde de Nederlandse detailhandel diverse campagnes om naleving van leeftijdsgrenzen te verbeteren en de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren te beperken. De onderzoekers concluderen aan de hand van hun onderzoek dat ‘de verschillende campagnes van verstrekkers geen enkel effect op deze beschikbaarheid hebben gehad.’

Noot voor de pers

Voor meer informatie, of een digitale versie van het onderzoeksverslag, kunt u contact opnemen met [Joris van Hoof](#) (053 489 6131).