

# Draagvlak voor beleidsmaatregelen om schade door alcoholgebruik te verminderen

Welke maatregelen zijn mogelijk en wat is het draagvlak onder volwassenen in Nederland?

## Achtergrond



Alcoholgebruik vergroot het risico op ongeveer 200 aandoeningen en ziekten voor de drinker zelf. Ook het risico op verkeersongevallen en geweld wordt vergroot door alcoholgebruik. Hierbij is de schade vaak voor de ander [1]. Er zijn beleidsmaatregelen die schade door alcoholgebruik kunnen verminderen. Bijvoorbeeld het verminderen van de beschikbaarheid van alcohol, een verbod op alcoholreclame en een prijsverhoging van alcohol. Onderzoek laat zien dat deze maatregelen kosteneffectief, betaalbaar en uitvoerbaar zijn [1, 2].

Deze infographic presenteert cijfers over het draagvlak voor enkele van deze beleidsmaatregelen op basis van een onderzoek onder een panel van 5901 volwassenen (18 jaar en ouder) van I&O Research<sup>a</sup>.

## Beschikbaarheid van alcohol



Het verminderen van de beschikbaarheid van alcohol betekent dat het aantal plekken en de tijden waar je alcohol kunt kopen of drinken minder wordt.



Drie kwart (74%) van de volwassenen vindt een verbod op het kopen of drinken van alcohol in een kledingwinkel, boekwinkel of bij de kapper (heel) goed.

### Blurring met alcohol

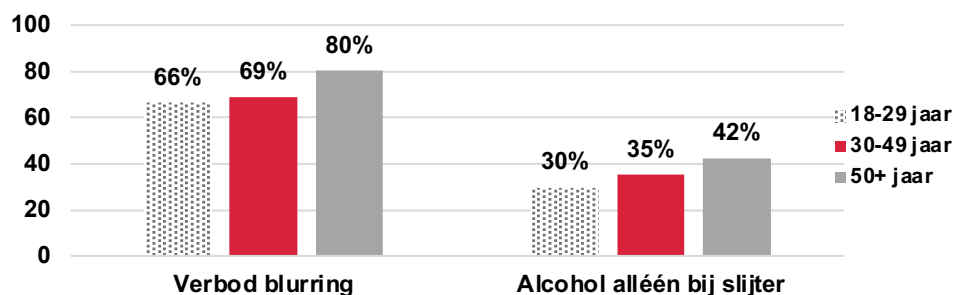
Blurring is het combineren van verschillende bedrijfsmodellen, bijvoorbeeld horeca met detailhandel. Denk bij blurring met alcohol aan het verstrekken en/of schenken van alcohol in een kledingwinkel, de boekwinkel of bij de kapper. Blurring met alcohol is op dit moment verboden. Blurring met alcohol vergroot de beschikbaarheid van alcohol.



Bijna vier op de tien (38%) volwassenen vindt het (heel) goed als alcohol alléén nog in de slijterij te koop is.

Als de leeftijd toeneemt, dan wordt het draagvlak groter om de beschikbaarheid van alcohol te verminderen.

% dat maatregelen over beschikbaarheid van alcohol (heel) goed vindt:



<sup>a</sup> **Over het onderzoek:** Aan respondenten werd gevraagd wat zij vinden van beleidsmaatregelen om alcoholgebruik te verminderen. Ze konden per maatregel vijf antwoorden geven: 'heel slecht' (1), 'slecht' (2), 'niet slecht / niet goed' (3), 'goed' (4) en 'heel goed' (5). De vraag is gecodeerd naar: (heel) goed (4 en 5) en niet goed (3, 2, 1). Alle gerapporteerde verschillen in deze infographic zijn op statistische significantie getoetst (p<.01) door middel van logistische regressieanalyses.

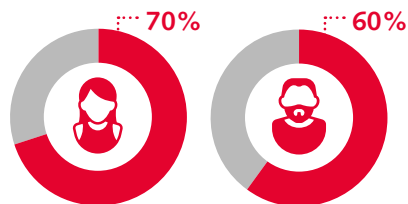
## Alcoholreclame



Als jongeren of jongvolwassenen alcoholreclame zien, vergroot dat de kans dat zij eerder starten met alcohol drinken en meer alcohol gaan drinken [3-5].



Twee derde (65%) van de volwassenen vindt een verbod op alcoholreclame (heel) goed.



Vrouwen vinden een verbod op alcoholreclame vaker (heel) goed dan mannen (70% versus 60%).

## Prijs van alcohol



Alcohol kan duurder gemaakt worden door het instellen van een bodemprijs per eenheid alcohol ('minimale eenheidsprijs'), het verhogen van de accijns of het verbieden van prijsacties.

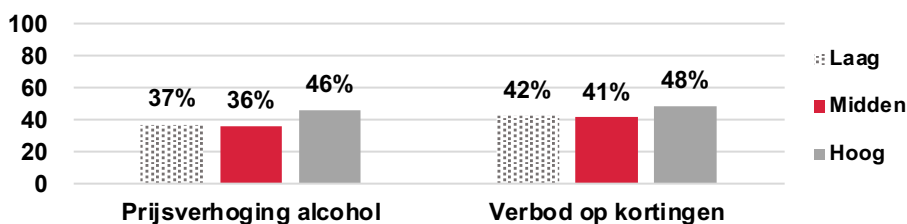
Vier op de tien (40%) volwassenen vindt een hogere prijs voor alcohol (heel) goed.



Ruim vier op de tien (44%) volwassenen vindt een verbod op kortingen op alcohol in de supermarkt of horeca (heel) goed.



% dat prijsmaatregelen voor alcohol (heel) goed vindt:



Hoogopgeleiden vinden prijsmaatregelen vaker (heel) goed dan laagopgeleiden.

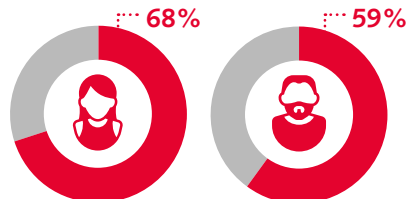
## Alcohol etikettering



Alcohol etikettering betekent het verplicht vermelden van de ingrediënten, voedingswaarde en risico's van alcohol op het etiket van alcoholproducten. Dit kan de bewustwording over alcohol schade vergroten en alcoholgebruik verminderen [7].



Ruim zes op de tien (63%) volwassenen vindt een waarschuwing over de risico's van alcoholgebruik op de verpakking (heel) goed.

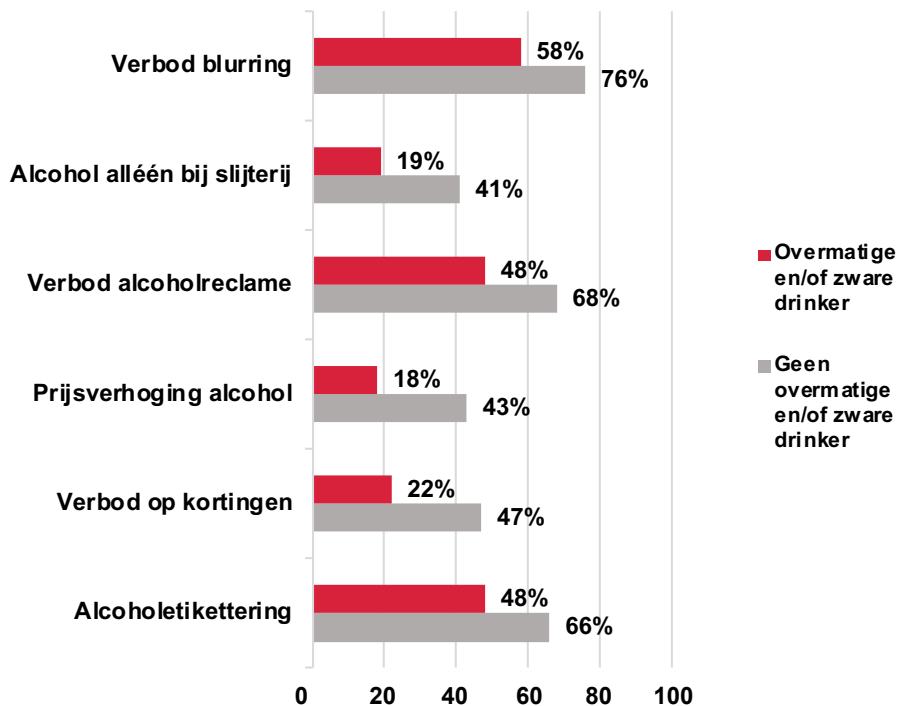


Vrouwen vinden alcohol etikettering vaker (heel) goed dan mannen (68% versus 59%).



Het draagvlak voor beleidsmaatregelen om alcoholgebruik te verminderen is lager onder volwassenen die overmatig<sup>b</sup> en/of zwaar<sup>c</sup> drinken dan onder volwassenen die dat niet doen.

% dat maatregelen om alcoholgebruik te verminderen (heel) goed vindt:



Iets minder dan de helft (48%) van de overmatige en/of zware drinkers vindt een verbod op alcoholreclame (heel) goed tegenover twee derde (68%) van de niet overmatige en/of zware drinkers.

## Referenties



1. World Health Organization (2019). Global status report on alcohol and health 2018. World Health Organization. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
2. Burton, R., Henn, C., Lavoie, D., O'Connor, R., Perkins, C., Sweeney, K., Greaves, F., Ferguson, B., Beynon, C., Belloni, A., Musto, V., Marsden, J., & Sheron, N. (2017). A rapid evidence review of the effectiveness and cost-effectiveness of alcohol control policies: an English perspective. *The Lancet*, 389(10078), 1558-1580.
3. Noel, J. K., Sammartino, C. J., & Rosenthal, S. R. (2020). Exposure to digital alcohol marketing and alcohol use: A systematic review. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs, Supplement*, (s19), 57-67.
4. Van Hoof, J. J., Hendriks, H., Noort, P. D., van Eck, M., Basemans, S. E., Pieterse, M. E., Walet, M., & van Reijmersdal, E. A. (2020). Kennissynthese alcoholmarketing: Literatuuronderzoek naar de impact en het effect van alcoholmarketing op problematisch alcoholgebruik naar aanleiding van het Nationaal Preventieakkoord.
5. Jernigan, D., Noel, J., Landon, J., Thornton, N., & Lobstein, T. (2017). Alcohol marketing and youth alcohol consumption: a systematic review of longitudinal studies published since 2008. *Addiction*, 112, 7-20.
6. Smit, K., & Voogt, C. Etikettering van alcoholhoudende dranken. Utrecht: Trimbos-instituut.

<sup>b</sup> **Overmatig drinken:** het drinken van meer dan 14 glazen (vrouwen) of 21 glazen (mannen) alcohol per week.

<sup>c</sup> **Zwaar drinken:** het minstens 1 keer per week drinken van ten minste 4 glazen (vrouwen) of 6 glazen (mannen) alcohol op een dag.