

# FACTSHEET

## Nederlands landelijk Alcoholbeleid

Laatst gewijzigd: 4 juni 2008/ Bestelnummer: U2008.09

### Inleiding

Met het alcoholbeleid wil het ministerie van VWS gezondheidsschade vanwege overmatig gebruik zoveel mogelijk voorkomen en beperken. Speciale aandacht is er voor jongeren en probleemdrinkers.

### Wat is een effectief alcoholmatigingsbeleid?

Uit onderzoek blijkt dat een effectief alcoholbeleid bestaat uit een mix van beleidsmaatregelen die elkaar versterken: een integraal alcoholbeleid. De meest effectieve maatregelen beperken de beschikbaarheid van alcohol: het kopen of krijgen van alcohol wordt dan moeilijker.

De *financiële* beschikbaarheid kan beperkt worden door prijsverhoging (zoals een extra accijnsheffing) en het tegengaan van prijsreclame, zoals een verbod op happy hours. Een goed accijnsbeleid is volgens onderzoekers de basis van een effectief alcoholbeleid.

De *fysieke* beschikbaarheid van alcohol kan beperkt worden door handhaving van de leeftijdsgrenzen, door de verkoop te beperken (zoals alleen sterke drank bij slijters, geen sterke drank in sportkantines, sluitingstijden bij de horeca) of door alcoholverkoop op bepaalde plekken te verbieden (zoals benzinestations en winkels waar geen levensmiddelen worden verkocht). Voorwaarde voor effectiviteit van deze maatregel is dat ze goed worden nageleefd en gehandhaafd.

Andere maatregelen zijn: het beperken of verbieden van alcoholreclame en uitvoeren van bewustwordingscampagnes die het beleid ondersteunen.

### Elementen van het Nederlandse beleid

#### *Financiële beschikbaarheid beperken: accijnsheffing*

Accijnsheffing op alcohol is op papier het meest krachtige instrument voor het beperken van alcoholgebruik. In 2005 heeft toenmalig minister Hoogervorst namens het kabinet het voorstel gedaan de accijns op bier te verhogen en een speciale accijns in te voeren op mixdranken. Dit voorstel is echter door de Tweede Kamer verworpen. Naar aanleiding van de Alcoholnota 2001-2003 is er wel een verlaging van de verbruiksbelasting op frisdranken en een verhoging van de bieraccijns ingevoerd. Dit leidde tot een accijnsverhoging van 18% in 2002 aangevuld met een accijnsverhoging op wijn van 22%. De accijns op sterke drank is vanwege financiële argumenten in 2003 met 18% verhoogd; de inzet was niet om bij te dragen aan alcoholmatiging. In 2005 is deze accijnsverhoging weer teruggedraaid. Vanaf 2008 is de accijns op wijn verhoogd van 44,2 naar 51,4 eurocent per fles. Per 1 januari 2009 wordt de accijns op bier verhoogd met € 0,65 per kat. Ondanks de accijnsverhogingen is de prijs van alcohol de afgelopen jaren achter gebleven bij de inflatie. Alcohol is vergeleken met andere consumptiegoederen goedkoper geworden. Relatief gezien is bier in Nederland goedkoper dan in de meeste andere landen, zo blijkt uit het Global

Status Report: Alcohol Policy van de WHO in 2004. De conclusie is dan ook dat de Nederlandse overheid slechts in zeer beperkte mate het accijnsinstrument inzet om alcoholproblemen terug te dringen.

#### *Fysieke beschikbaarheid beperken*

Een andere krachtige maatregel is het kopen van alcohol fysiek moeilijker maken. Dit kan bijvoorbeeld door het stellen van leeftijdsgrenzen voor de verkoop. De Drank- en Horecawet werd in november 2000 aangescherpt. Verkopers van alcoholhoudende drank moeten nu altijd vragen naar een identiteitsbewijs als niet *onmiskkenbaar* duidelijk is dat de koper oud genoeg is (16 jaar voor zwak-alcoholhoudende drank en 18 jaar voor sterke drank). Sinds de wetwijziging, beschikt de VWA (Voedsel en Waren Autoriteit) over meer menskracht om de naleving te controleren.

Gemeenten kunnen extra verordeningen op basis van de Drank- en Horecawet vaststellen zoals een tijdelijk verbod op de verkoop van alcohol, een verbod op het drinken op straat en het vastleggen van sluitingstijden van de horeca. Vanaf maart 2005 kunnen bij de meeste overtredingen door de VWA direct boetes worden opgelegd zonder dat de rechter hoeft te worden ingeschakeld. Het is de bedoeling van het huidige kabinet dat gemeenten op den duur de controle op de naleving van de Drank- en Horecawet zelf gaan uitvoeren. Vanaf 1 januari 2008 is een vijftiental gemeenten bij wijze van proef daarmee gestart.

Nieuwe voorstellen betreffen het experimenteel verhogen van de leeftijdsgrens van 16 naar 18 jaar in een beperkt aantal gemeenten (voor de verstrekking van zwak-alcoholhoudende drank) en het strafbaarstellen van het in bezit hebben van alcohol bij jongeren onder de 16 in de openbare ruimte (op straat).

#### *Voorlichting*

Voorlichting vervult al jarenlang een dominante rol in het Nederlandse alcoholbeleid hoewel de resultaten daarvan beperkt zijn. Landelijke en regionale campagnes worden vanaf 1 januari 2008 uitgevoerd door het Trimbos-instituut in samenwerking met de instellingen voor verslavingszorg en de GGD-en. Het landelijke project 'De Gezonde School en Genotmiddelen' van het Trimbos-instituut wordt veel op scholen gebruikt. Daarnaast zijn er nieuwe voorlichtingsprogramma's op internet. STAP voert het landelijke project Alcoholvrijeomgeving.nl uit dat is bedoeld om de leefomgeving van jongeren onder 16 zoveel mogelijk alcoholvrij te maken.

#### *Zorg- en hulpverlening*

Alcoholverslaafden, probleemdrinkers en hun partners kunnen voor een algemeen advies terecht bij hun huisarts. Specialistische hulp wordt in de eerste

plaats geboden door de regionale instellingen voor verslavingszorg. Ook zijn er zelfhulpgroepen voor alcoholisten, voor familieleden van drinkers en voor kinderen van alcoholverslaafde ouders.

### **Reclamebeperking**

Onderzoek heeft aangetoond dat jongeren meer gaan drinken en op jongere leeftijd gaan drinken door alcoholreclame. In Nederland zijn echter tot dusver weinig beperkingen voor alcoholreclame. De alcoholproducenten mogen van de overheid zelf de regels opstellen voor alcoholreclame en sponsoring (zelfregulering). Deze regels, die o.a. zijn bedoeld om te voorkomen dat kinderen en jongeren worden beïnvloed door reclame, zijn vastgelegd in de Reclamecode voor Alcoholhoudende Drank (RvA). De Reclame Code Commissie ziet toe op de naleving. Op de reclame voor alcoholhoudende drank wordt echter niet actief toegezien: er moet eerst een klacht worden ingediend voordat de Commissie tot actie overgaat. Als een adverteerder in de fout gaat zijn er bovendien geen harde sancties. Uit diverse studies is gebleken dat de zelfregulering niet effectief is. Jongeren worden namelijk nog op grote schaal met alcoholreclame geconfronteerd. Bovendien vinden veel jongeren alcoholreclame dikwijls aantrekkelijk om naar te kijken.

Nadat voormalig minister Hoogervorst tevergeefs heeft geprobeerd reclamebeperking door te voeren lijkt dit onder het huidige kabinet wel te lukken. De verwachting is dat in 2008 in de Mediawet zal worden opgenomen dat er tussen 6.00 en 21.00 uur geen alcoholreclame op radio en tv mag worden uitgezonden.

### **Beïnvloeders van het alcoholbeleid**

Naast politici zijn er verschillende belangenorganisaties die het Nederlandse alcoholbeleid proberen te beïnvloeden. De alcoholproducenten, handelaren en verkopers zijn verenigd in STIVA (Stichting Verantwoord Alcoholgebruik; [www.stiva.nl](http://www.stiva.nl)). STIVA behartigt actief de belangen van de alcoholindustrie en bewaakt ook de uitvoering van Reclamecode voor Alcoholhoudende Drank. STIVA subsidieert ook bepaalde voorlichtingsprojecten over alcohol. In veel landen zijn organisaties zoals STIVA actief. Deze organisaties verdedigen de belangen van de branche door het stimuleren van alcoholbeleidsmaatregelen (zoals het geven van voorlichting) die geen of hoegenaamd geen invloed op de verkoopcijfers hebben. Maatregelen zoals accijnsverhoging, beperking van het aantal verkooppunten, beperking van alcoholreclame en een verbod op het stunten met alcoholprijzen, steunen ze niet. STAP ([www.stap.nl](http://www.stap.nl)) verdedigt de belangen van de volksgezondheid als het gaat om de schade door alcohol in onze maatschappij. Ze werkt onafhankelijk van de alcoholbranche. STAP probeert kennis en argumenten vanuit de praktijk, de onderzoekswereld, de overheid en de samenleving te bundelen en hiermee een krachtige boodschap naar beleidsmakers te zenden.

Een belangrijke uitvoerder van het alcoholbeleid van het Ministerie van VWS is het Trimbos-instituut ([www.trimbos.nl](http://www.trimbos.nl)). Het instituut coördineert diverse voorlichtingscampagnes en heeft tot taak tal van preventieactiviteiten zowel landelijk als regionaal op te zetten en de kwaliteit ervan te verbeteren.

### **Alcoholbeleid in de toekomst: speerpunt jongeren**

Uit de Hoofdlijnenbrief Alcoholbeleid (2007), de Beleidsbrief Alcohol en Jongeren (2005) en de Preventienota (2003) blijkt dat de huidige zorg bij de overheid vooral betrekking heeft op de toename van het alcoholgebruik bij jongeren. Jongeren beginnen op steeds jongere leeftijd met regelmatig alcohol drinken. Veel alcohol drinken wordt ook voor meisjes steeds 'normaler'. Het kabinet heeft via voormalig minister Hoogervorst van Volksgezondheid, Welzijn en Sport diverse doeltreffende maatregelen voorgesteld zoals accijnsheffing en haalbaarheids-onderzoek voor het weghalen van mixdranken uit de supermarkten. De voorstellen zijn echter door de Tweede Kamer afgezwakt. Zo is het voorstel voor accijnsverhoging op bier en mixdranken verworpen. De huidige minister van VWS (Klink) heeft tot dusver evenmin krachtige voorstellen gedaan. Wel wordt onder hem de alcoholreclame beperkt en is de handhavingcapaciteit van de VWA uitgebreid. Ook kunnen gemeenten experimenteren met de controle op de naleving van de Drink- en Horecawet.

Alcoholbeleidsmaatregelen zijn geen populaire maatregelen. Gekozen volksvertegenwoordigers hebben goede kennis en politieke lef nodig om een effectief alcoholbeleid te steunen. Zich zorgen maken om het huidige probleem onder jongeren is voornamelijk dus niet voldoende voor een effectief alcoholbeleid. Het is daarom niet reëel om te verwachten dat het alcoholprobleem de komende jaren sterk zal afnemen.

#### **Bronnen:**

- Anderson, P. (2002). *The beverage alcohol industry's social aspects organizations: A public health warning*. Global Alcohol Policy Alliance Issue 3, 2002.
- Anderson, P. (2007). *The impact of Alcohol Advertising: ELSA project report on the evidence to strengthen regulation to protect Young people*. Utrecht: National Foundation for Alcohol Prevention.
- <http://www.minvws.nl/dossiers/alcohol/default.asp>, gelezen op 8 augustus 2005.
- Kamerstuk 22 894, nr. 20. Tweede Kamer, vergaderjaar 2003-2004. Brief van de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport van 31 oktober 2003 ('Preventienota')
- Kamerstuk 27 565, nr. 29. Tweede Kamer, vergaderjaar 2004-2005. Brief van de minister van volksgezondheid welzijn en sport van 24 maart 2005. ('Beleidsbrief Alcohol en Jongeren')
- Kamerstuk 27 565, nr. 35. Tweede Kamer, vergaderjaar 2007-2008. Brief van de ministers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, voor Jeugd en Gezin en van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties van 20 november 2007 ('Hoofdlijnenbrief Alcoholbeleid').
- KPMG (2001). *Kosten en baten van alcoholzorg en -preventie*. Eindrapport. Hoofddorp: KPMG.
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. *Alcoholnota. Nota over de intensivering van het beleid tegen alcoholmisbruik (2001-2003)*.
- Room, R. (2000). 'Preventing alcohol problem: popular approaches are ineffective, effective approaches are politically impossible'. In: *De Geest uit de fles*. Woerden: NIGZ.
- World Health Organization (2004). *Global Status Report: Alcohol Policy*. ISBN 92 4 158035 6