

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1860

Vragen van het lid **Leijten** (SP) aan de ministers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en voor Jeugd en Gezin over *buzzmarketing van alcohol*. (Ingezonden 25 februari 2008)

- 1
Wat is uw reactie op het bericht dat Nederlandse alcoholproducenten steeds vaker gebruik maken van mond-op-mondreclame (buzzen) om alcohol te promoten onder jongeren?^{1, 2}
- 2
Erkent u dat deze vorm van alcoholreclame zich specifiek richt op jongeren, en dus in strijd is met de reclamecode? Zo neen, waarom niet?
- 3
Bent u van mening dat er bij «buzzen» geen duidelijk te identificeren afzender is? Zo ja, hoe oordeelt u hierover?
- 4
Vindt u buzzen een geoorloofde manier van reclame maken? Zo ja, kunt u uw antwoord toelichten? Zo neen, wat gaat u ondernemen tegen de buzz-techniek?
- 5
Bent u bereid, ook in het kader van de motie-Leijten/Voordewind³, te onderzoeken hoe deze vorm van

marketing beperkt kan worden? Zo neen, waarom niet?

- ¹ Metro, 21 februari 2008.
² Persbericht STAP, 20 februari 2008.
³ Kamerstuk 27 565, nr. 40.

Antwoord

Antwoord van minister **Klink** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport), mede namens de ministers van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en voor Jeugd en Gezin. (Ontvangen 1 april 2008)

- 1
Wij zijn van mening dat Nederlandse alcoholproducenten zich moeten houden aan de Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken, die een leeftijdsgrens van 18 jaar hanteert.
- 2
Het is vooralsnog niet duidelijk of «buzzen» een vorm van reclame is in de zin van de Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken. De meningen hierover verschillen. De Stichting Alcoholpreventie heeft de Reclame Code Commissie (RCC) daarom recent gevraagd hierover een uitspraak te doen. Wij wachten met belangstelling deze reactie af. Als de RCC vaststelt dat «buzzen» een vorm van reclame is in de zin van de Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken, dan zouden enkele methoden van buzzen van alcoholhoudende dranken in strijd

kunnen zijn met deze code. Daarover zou dan een uitspraak gedaan kunnen worden door de RCC.

- 3
Bij buzzen kan en zal vaak sprake zijn van een niet duidelijk identificeerbare afzender. Als het gaat om alcoholpromotie en -reclame gericht op jongeren onder de 18 jaar is dat onwenselijk. Promotie en reclame zouden wat ons betreft altijd een afzender moeten hebben. Zoals in het antwoord op vraag 2 toegelicht, is het thans niet duidelijk of «buzzen» een vorm van reclame is.
- 4
Allereerst is het nog onduidelijk of «buzzen» een vorm van reclame is. Het oordeel of reclame – ongeacht de vorm – geoorloofd is, is aan de RCC. Zolang reclame-uitingen conform de reclameregels zijn, zijn deze geoorloofd.
- 5
De motie Leijten/Voordewind roept op tot het doen van onderzoek naar de mogelijkheden om alcoholpromoties te verbieden. Wij zeggen u toe «buzzen» in dit onderzoek te betrekken.