

## Alcoholproblematiek na COVID terug op de agenda

De afgelopen 1,5 jaar eiste de COVID problematiek vanzelfsprekend veel aandacht op in de media met als gevolg dat andere belangrijke onderwerpen op de achtergrond raakten. Dat betrof in ieder geval de aandacht voor de alcoholproblematiek.

Zo kreeg van de nieuwe Alcoholwet, die per 1 juli jl. in werking trad, slechts één onderdeel aandacht in de media: de prijskortingsacties voor alcohol die vanaf nu beperkt zijn tot 25% van de gangbare prijs.

Het feit dat de nieuwe Alcoholwet ook betekent dat volwassenen en dus ook ouders die alcohol bestellen voor jongeren onder de 18 in de publieke omgeving (horeca, sportkantine) nu strafbaar zijn, is nauwelijks door de media opgepikt.

Datzelfde geldt voor het feit dat het online bestellen en thuisbezorgen van alcohol aan minderjarigen strenger wordt gehandhaafd. Sinds een paar weken staat de alcoholproblematiek weer vaker op de publieke agenda. Zo is er aandacht voor het toegenomen thuisgebruik van alcohol als gevolg van COVID, voor de promotie van alcoholvrij bier en voor het feit dat het aantal alcoholintoxicaties bij jongeren vanwege COVID drastisch is gedaald.

### Forse uitbreiding van alcoholverkooppunten ligt nog steeds op de loer

Het onlangs vertrokken VVD-kamerlid Erik Ziegns heeft er lang voor geijverd om alcoholverkoop door kappers, boekhandels, kledingwinkels, rijwielshops, wasserettes en andere locaties wet-

telijk mogelijk te maken. Populair heet dat 'blurring' ofwel vervaging van de verkoopgrenzen van alcohol. Zelfs het tegen betaling schenken van alcohol in deze zaken moet volgens het initiatiefwetsvoorstel van Ziegns kunnen. Ook betekent het blurringvoorstel dat de horeca en de slijter aan de gemeente kunnen vragen of hun vergunning kan worden verruimd, zodat zij ook 'nevenactiviteiten' kunnen verrichten zoals het verkopen van huiswijnen voor thuisgebruik in de horeca. Een nevenactiviteit van een slijterij kan zijn nootjes- en kaasverkoop of een zitje waar espresso met likeur wordt geserveerd.

Na het vertrek van Ziegns heeft zijn VVD-collega Thierry Aartsen de verdediging van het initiatiefwetsvoorstel van Ziegns formeel overgenomen.



### DAGBLAD VAN HET NOORDEN, 31 AUGUSTUS 2021:

Acht op de tien pubers hebben wel eens 0.0-bier gedronken. Er zit geen alcohol in, dus waarom ook niet? Experts waarschuwen. "Een minderjarige die al bekend is met drinken van alcoholvrij bier zal eerder 'echt' bier gaan drinken", aldus Wim van Dalen van het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP. "Jongeren raken door 0.0-bier bekend met het merk en de smaak."

Verslavingsarts Robert van de Graaf: "Hoe vroeger jongeren een bepaald product en merk gebruiken, hoe langer de duur dat die personen dit gebruiken." "Zo worden 'langdurige gebruikers' gecreëerd", zegt Van de Graaf.

**BLURRING IN BEELD: KLEDINGWINKEL SCHENKT KLANTEN ALCOHOL**  
STAP heeft zich diverse malen uitdrukkelijk gekeerd tegen het wetsvoorstel van Ziegns, nu dus van het VVD-Kamerlid Aartsen. Volgens STAP worden - als het wetsvoorstel door de Kamers komt - "alle remmen bij alcoholverkoop losgegooid". Wim van Dalen, directeur van STAP: "Het voorstel tart de belangen van onze volksgezondheid. Het effect zal zijn dat er enkele tienduizenden verkoopplaatsen van alcohol bijkomen en dat alcohol door jong en oud nog meer als een alledaags product wordt beschouwd. Het zal onherroepelijk leiden tot een significante toename van de alcoholproblematiek in Nederland."

# Nieuwe brochure: de zeven kernboodschappen van de alcoholindustrie

Wereldwijd gebruikt de alcoholindustrie vaak dezelfde argumenten om hun producten te verdedigen en effectief beleid te voorkomen of te vertragen. De zeven meest gehoorde argumenten en kernboodschappen zijn recent door Wim van Dalen, directeur van het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP, opnieuw op een rij gezet en gefactcheckt in de publicatie *'The seven key messages of the alcohol industry'*. Het doel van de brochure is professionals, ambtenaren en politici te informeren over de strategieën van de alcoholbranche. Sommige van deze strategieën ogen constructief, maar hebben uiteindelijk alleen als doel om effectief overheidsbeleid te vertragen.



## THE SEVEN KEY MESSAGES OF THE ALCOHOL INDUSTRY

Information for everyone who wants to be aware  
of the real intentions of the alcohol industry

De Engelstalige brochure is online beschikbaar (<https://viewer.pdf-online.nl/books/liem>) en van de gedrukte versie zijn exemplaren via STAP te bestellen bij EUCAM (European Centre for Monitoring Alcohol Marketing) voor €1,50 per exemplaar.

Najaar 2021 verschijnt een Nederlandse STAP-versie.

**De 7 kernboodschappen die de alcoholindustrie wereldwijd hanteert zijn hiernaast weergegeven.**

### BOODSCHAP 1

**Alcoholgebruik is normaal en sociaal, genieten van alcohol is onderdeel van een evenwichtige manier van leven.**

De alcoholindustrie stelt dat de gemiddelde alcoholgebruiker een sociale drinker is die geniet en een rijk sociaal leven heeft. De alcoholindustrie vindt dat alcohol gezien moet worden als een gewoon product.

### BOODSCHAP 2

**Alcoholproblemen worden veroorzaakt door een kleine groep mensen die ook andere problemen hebben en daardoor niet met alcohol kunnen omgaan.**

De alcoholindustrie legt de verantwoordelijkheid voor de schadelijke gevolgen van alcoholgebruik bij een kleine groep probleemdrinkers. Alcoholproblemen kunnen volgens de alcoholindustrie voorkomen worden door informatie te geven over verantwoord alcoholgebruik.

### BOODSCHAP 3

**Verantwoord alcoholgebruik past in een gezonde leefstijl.**

De alcoholindustrie beweert dat bepaalde alcoholhoudende dranken puur en ambachtelijk zijn en goed voor lichaam en geest. Matig gebruik is volgens de alcoholindustrie verantwoord en zelfs gezond.

### BOODSCHAP 4

**Alcoholreclame leidt niet tot een toename van het alcoholgebruik.**

De alcoholindustrie beweert dat reclame consumenten slechts helpt bij het maken van een verantwoorde keuze. Onverantwoorde alcoholreclame wordt naar de mening van de alcoholindustrie voorkomen door zelfregulering, die internationaal, flexibel en effectief is. Wettelijke beperking van alcoholreclame is daarom niet nodig.



### BOODSCHAP 5

**Voorlichting en opvoeding rond verantwoord gebruik is de beste manier om de samenleving te beschermen tegen alcoholproblemen.**

De alcoholindustrie neemt haar verantwoordelijkheid en voert daarom voorlichtingsprogramma's uit gericht op bepaalde risicogroepen, zoals minder-jarigen. Misbruik moet bestreden worden en de alcoholbranche wil daaraan bijdragen.

### BOODSCHAP 6

**Alcoholvrije en -arme dranken kunnen een rol spelen bij het verminderen van schadelijk alcoholgebruik.**

De alcoholindustrie produceert sinds enkele jaren op grote schaal alcoholvrije en alcoholarme dranken, die, vindt zij, een gezond en veilig alternatief zijn in situaties waarin alcoholgebruik risico's met zich brengt, zoals snelverkeer en zwangerschap.

### BOODSCHAP 7

**Alcoholproblemen kunnen alleen opgelost worden als alle partijen samenwerken.**

De alcoholindustrie zegt betrokken te willen worden bij serieuze pogingen om het alcoholgebruik aan te pakken. Ze streven naar partnerschappen met onderzoekers, gezondheidsorganisaties en overheden.



# STAP pleit bij de Europese Commissie voor betere etikettering van alcoholhoudende dranken



De Europese Commissie heeft advies gevraagd naar aanleiding van 'Europe's Beating Cancer Plan' om te bereiken dat op de etiketten van alcoholproducten informatie wordt toegevoegd over ingrediënten en voedingswaarden. Nu zijn de alcoholproducenten van de plicht om die informatie op de etiketten te zetten uitgezonderd en werken ze met eigen regels per sector.

De Commissie rept over 3 opties:

- de uitzondering laten zoals die is, dus continuering van eigen regels per sector;
- de alcoholsector verplichten meer informatie deels op een speciale website beschikbaar te stellen;
- de alcoholsector verplichten ingrediënten en voedingswaarden op het etiket te zetten.

STAP heeft de Commissie laten weten dat de twee eerst genoemde opties wat STAP betreft zeer ongewenst zijn.

STAP is van mening dat de alcoholsector op het etiket de ingrediënten en de voedingswaarde moet vermelden. Maar niet alleen dat, er moet ook gezondheidsinformatie op de etiketten komen te staan. En de vermelding van het alcoholgehalte en – indien van toepassing – de allergenen moet blijven.

STAP wil dit alles opnemen in een aparte regeling. Eurocare, de Europese alliantie van alcohol-NGO's, waar STAP ook bij is aangesloten, pleit daar ook voor.

# Waar zet STAP zich de komende tijd voor in?

STAP zet zich in 2021 en 2022 in voor drie bewezen kosteneffectieve maatregelen, de zogenaamde 'three best buys' die ook door de WHO worden bepleit (zie 1, 2 en 3). Om de samenleving van de noodzaak van deze maatregelen te overtuigen is het van belang dat kennis over de schadelijke gevolgen voor zoveel mogelijk mensen bereikbaar wordt. Ook daarvoor zet STAP zich in (zie 4). STAP doet dat in samenwerking met haar partners van de Alliantie Alcoholbeleid Nederland (AAN).

## 1 HET VERHOGEN VAN DE PRIJS VOOR ALCOHOL

STAP streeft ernaar dat alcohol niet te goedkoop wordt aangeboden, zoals nu het geval is. Zo voeren we een krachtig pleidooi voor invoering van een Minimum Unit Price voor alcohol (MUP) in de detailhandel. Bij een MUP geldt een basis- of minimumprijs per eenheid alcohol (10 gram pure alcohol). Hoe meer alcohol een fles drank bevat, des te hoger de prijs wordt. Verkopers, zoals supermarkten of slijters, mogen alcohol niet onder deze prijs aanbieden.

*In een recent artikel (<https://guusschrijvers.nl/komt-er-een-wettelijke-minimumprijs-voor-alcohol-in-nederland/>) heeft STAP naar aanleiding van een nieuw RIVM-rapport over Minimum Unit Pricing (MUP) haar steun betuigd aan introductie van de MUP in Nederland. De MUP heeft vooral invloed op de prijs van goedkope alcohol in de supermarkt en van online aanbiedingen. Volgens Van Dalen is de conclusie dat op basis van de overtuigende cijfers over de gezondheidswinst van de MUP, invoering van deze maatregel in Nederland voor de hand ligt. Of daarvoor voldoende politiek en maatschappelijk draagvlak is, zal de tijd leren.*



Voorbeelden van te goedkope merken (minder dan €0,30 per flesje)

## 2 HET BEPERKEN VAN DE BESCHIKBAARHEID VAN ALCOHOL

STAP blijft zich in 2021 sterk verzetten tegen het initiatiefwetsvoorstel over blurring van het Kamerlid Thierry Aartsen (zie ook pag. 1 van deze nieuwsbrief). Zoals aangegeven zal instemming van de beide Kamers met dit wetsvoorstel betekenen dat het aantal verkooppunten van alcohol sterk zal toenemen.

De beschikbaarheid van alcohol voor jongeren wordt beperkt door een betere naleving en handhaving van de leeftijdsgrens van 18 jaar. Daarom ondersteunt STAP de Nederlandse Vereniging van Drankwetinspecteurs (NVDI) die o.m. is opgericht om de deskundigheid van de handhaving te verbeteren door kennis en ervaring te delen onder haar leden. STAP voert in opdracht van gemeenten en in samenwerking met de Universiteit Twente ook onderzoek uit naar de mate van naleving van de leeftijdsgrens door alcoholverstrekkers.

## 3 HET VERBIEDEN VAN ALCOHOLRECLAME EN ALCOHOLSPORT-SPONSORING

STAP pleit op landelijk en Europees niveau voor een totaalverbod op alcoholreclame en een verbod op sportsponsoring door de drankindustrie. Omdat vrijwillige regelgeving van de alcoholindustrie (zelfregulering) niet effectief is, moet er wettelijk verankerde regelgeving komen. Uit tal van studies blijkt dat jongeren veelvuldig worden bestookt met alcoholreclame, vooral via de sociale media.



## 4 VERGROTEN VAN DE KENNIS OVER DE SCHADELIJKE GEVOLGEN VAN ALCOHOL

STAP verspreidt kennis over de gevolgen van alcoholgebruik voor de gezondheid, met name voor het ontstaan van kanker, in het bijzonder borstkanker. STAP beheert de website [www.stap.nl](http://www.stap.nl) met actuele informatie en tien themapagina's, waaronder 'alcohol en kanker', 'alcohol en hersenen' en 'alcohol en zwangerschap'. Maandelijkse verschijnt Alcohol Actueel met de belangrijkste recente nieuwsberichten.

# Worden beheerders van horeca- en slijtersbedrijven straks niet meer vooraf gescreend?

## STAP onderzoekt of er bij gemeenten draagvlak is voor deze wetswijziging

Helaas heeft de Tweede Kamer in december 2020 tijdens de stemmingen over de Alcoholwet ingestemd met een amendement van Martijn Bolkestein. Het amendement betekent dat in de nieuwe Alcoholwet wordt opgenomen dat beheerders van bepaalde categorieën horeca- en slijtersbedrijven niet meer op de bijlage bij de vergunning vermeld hoeven te worden. Deze beheerders worden dan ook niet meer vooraf gescreend.

De vier grote gemeenten (G4) zijn tegen het schrappen van de screening. De handhaving, maar ook het optreden tegen verschillende vormen van ondermijning, denk aan witwassen, drugshandel en wapenhandel, wordt er lastiger door. In reactie op een spoedbrief van Wim van Dalen van STAP aan de Kamercommissie VWS heeft Martijn Bolkestein zijn amendement aangepast. De afspraak is nu dat eerst onderzoek moet uitwijzen of het mogelijk is om op objectieve gronden zinvol onderscheid

te maken tussen de beheerders van verschillende horeca- en slijtersbedrijven. Staatssecretaris Paul Blokhuis steunde deze werkwijze en daarom is dit onderdeel van de wetgeving nog niet in werking getreden.

STAP zoekt ondertussen uit wat het draagvlak is voor deze wetswijziging bij gemeenten. Mogelijk dragen de resultaten ertoe bij dat de screeningvereisten zinvol worden aangepast. Op risico's voor ondermijning zit immers niemand te wachten.

## Succesvolle bemoeienis van STAP met beleid gemeente Tytsjerksteradiel

De burgemeester van de Friese gemeente Tytsjerksteradiel wilde afgelopen voorjaar het sportcafé van FC Burgum meer ruimte geven om alcohol te schenken. Dat had hij in een convenant afgesproken. Het plan van de burgemeester was om de voetbalclub het hele jaar door telkens een evenementenontheffing te verlenen. Volgens de wet mag de burgemeester deze ontheffingen verlenen voor maximaal 12 dagen tijdens een 'bijzondere gelegenheid', zoals Koningsdag of de Kermis. De burgemeester wilde FC Burgum echter voort-



durend zo'n ontheffing geven zodat het hele jaar één 'bijzondere gelegenheid' zou worden. De VVD en GroenLinks vonden dat dit niet klopt. Zij werden gesteund door Wim van Dalen van STAP. Die schreef tot tweemaal toe een brief aan de burgemeester waarin het betreffende wetsartikel en de jurisprudentie nader werden toegelicht. Naar aanleiding van deze brieven van STAP heeft de burgemeester besloten in dit geval geen gebruik te maken van zijn bevoegdheid om zo'n evenementenontheffing te verlenen.

## Klacht STAP en Verslavingskunde Nederland (VKN) tegen tv-commercial van Grolsch

STAP en Verslavingskunde Nederland (VKN) hebben in juni 2021 een klacht ingediend bij de Reclame Code Commissie tegen een reclamefilmpje van Grolsch waarin alcoholvrij bier wordt gepromoot. In het filmpje zijn o.a. jonge vrouwelijke voetbalsters te zien die voordat ze het veld op gaan 0.0 bier drinken.

STAP en VKN dienden deze klacht in omdat er steeds meer zorgen zijn over het feit dat de promotie van alcoholvrij bier met dezelfde merknamen en logo's als alcoholhoudend bier, het alcoholgebruik onder jongeren kan stimuleren. Grolsch verdedigde zich door te stellen dat de speelsters niet evident jonger lijken dan 25 jaar, hetgeen de Reclamecode voor Alcoholvrij en Alcoholarm Bier voorschrijft.

Uit een onafhankelijk onderzoek dat STAP en VKN door de Universiteit Twente lieten uitvoeren bleek dat tenminste één van de speelsters door een ruime meerderheid van 102 onafhankelijke beoordelaars tussen de 18 en 30 jaar wel als jonger dan 25 jaar wordt ingeschat. De Reclame Code Commissie vond het onderzoek niet overtuigend genoeg en wees de klacht af waarna STAP en VKN in hoger beroep zijn gegaan tegen dit besluit. In oktober volgt daarover de uitspraak.



### Over STAP

STAP is een onafhankelijk kennisinstituut dat zich inzet voor een effectief alcoholbeleid en voor publieke bewustwording van de gevolgen van alcoholgebruik voor de gezondheid en voor de maatschappij. STAP volgt nauwgezet de kennis en adviezen van gerenommeerde wetenschappers op haar terrein en in het bijzonder de adviezen van de Wereldgezondheidsorganisatie, de WHO. Op Europees niveau werkt STAP nauw samen met collega-organisaties.

### STAP is sterk afhankelijk van haar donateurs

STAP krijgt geen subsidie van de overheid. Daarom is STAP in haar werk bijna geheel afhankelijk van de opbrengst van donaties en legaten. STAP is een ANBI-instelling zodat een schenking van het fiscaal inkomen kan worden afgetrokken. STAP kent een aantal zeer trouwe donateurs. Elke gift is zeer welkom en kan worden overgemaakt op giro NL 19 INGB 0000 291066 t.n.v. Stichting STAP te Utrecht. STAP is iedere donateur zeer erkentelijk voor zijn of haar bijdrage. Speciale dank gaat uit naar de bijdrage die STAP in 2021 ontving van de Stichting Alcoholvrije Bedrijven en in het bijzonder naar de jaarlijkse steun van Stichting Us Blau Hiem.

### Colofon

September 2021  
Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP  
Postbus 9769, 3506 GT Utrecht  
Tel: 030-6565 041  
Email: info@stap.nl  
Twitter: @WimvanDalen en @Sandravginneken  
Websites: www.stap.nl en www.alcoholenborstkanker.nl