

juli 2005

STAP pleit voor een daadkrachtig alcoholmatigingsbeleid van de overheid en zet zich in voor reclamebeperking en objectieve voorlichting.

STAP actief bij kamerdebat over alcoholbeleid

Moeizame strijd om iets te doen aan alcoholgebruik jongeren

Het alcoholbeleid heeft de afgelopen weken stevig op de politieke agenda gestaan. De belangrijkste aanleiding was de 'Beleidsbrief Alcohol en Jongeren' van Minister Hoogervorst van VWS. Aan dit plan was lang gesleuteld en tal van besprekingen zijn er aan vooraf gegaan. STAP heeft daar volop aan meegedaan.

Uit de beleidsnota sprak grote zorg over het feit dat jongeren in Nederland op steeds jongere leeftijd hun eerste glas alcohol drinken. Een citaat: 'In 1992 had nog maar 33% van de twaalfjarige meisjes ooit alcohol gedronken, in 2003 is dit percentage gestegen tot 68%'. Hoogervorst heeft met zijn beleidsbrief vriend en vijand ervan overtuigd dat we in Nederland met een ernstig alcoholprobleem te maken hebben. Hij heeft geluisterd naar wat alcoholwetenschappers daarover zeggen. Hoogervorst stelde daarom een pakket van maatregelen voor met als speerpunten: strengere handhaving van de leeftijdsgrenzen, een hogere accijns op briezers (60 cent extra per flesje) en geen alcoholreclame meer op radio en tv tussen 6 uur 's ochtends en 9 uur 's avonds.

Uit vrees dat Hoogervorst onder druk van de lobby van de industrie een aantal van zijn maatregelen weer zou intrekken riep STAP hem in een persbericht (24/3/2005) op zijn poot stijf te houden. Helaas gebeurde toch datgene waar we bang voor waren.



Hoogervorst herriep de maatregel om alcoholreclame te beperken, in plaats waarvan er een slogan wordt toegevoegd aan alcoholreclame. In een volgend persbericht (12/4/2005) hebben we onze teleurstelling daarover geuit.

Inmiddels werd duidelijk dat ook het voornemen van Hoogervorst om een accijnsheffing op briezers in te voeren zou sneuvelen: de VVD, het CDA en de LPF verzetten zich daartegen. Op 15 juni jl. vond een Tweede Kamerdebat plaats. Door onze goede contacten met Duitse collega-organisaties hebben we op de valreep op maandag 13 juni opnieuw een persbericht uitgegeven met als strekking dat recente verhoging van de accijns op briezers in Duitsland leidde tot daling van het alcoholgebruik. Dit gegeven was voor Hoogervorst belangrijk in het Kamerdebat en hij bleef daarom aandringen op een verhoging van de accijns.

Uit de stemming van een week later bleek echter dat de meerderheid van de Kamer zich tegen het accijnsplan van Hoogervorst keerde. Het aanvankelijk goede beleidsplan van Hoogervorst werd daarmee bijna geheel lek geschoten.

Wat heeft de intensieve bemoeienis van STAP met het debat opgeleverd? Naast forse teleurstelling blijft er toch ruimte voor enig optimisme. Nog niet eerder was in een beleidsnota zo openlijk gesproken over reclamebeperking en accijnsverhoging. Ik vind dat winst! Ik weet zeker dat deze standpunten terug gaan komen in nieuwe debatten in de politiek over het alcoholbeleid. En als anderen dat niet zullen doen dan zorgen wij er wel voor! Dat is de taak van STAP bij uitstek.

*Wim van Dalen, directeur STAP
Utrecht, juli 2005*

In deze nieuwsbrief berichten we u over de voortgang van de projecten van STAP. We stellen het erg op prijs als u wilt reageren op ons werk. Als u in uw eigen omgeving opmerkelijke zaken tegenkomt over het gebruik van alcohol of over alcoholreclame horen we dat graag van u.

Project Alcohol en Jongeren

100 bezoekers per dag op www.alcoholenopvoeding.nl

Het project Alcohol en Jongeren is in 2005 haar derde jaar ingegaan. Met het project wil STAP vooral ouders bereiken. Het project wordt gefinancierd door Stichting Albron Catering, de Stichting Verslavingspreventie, de ANGOB en Sobrietas. Ook de ANDO is sinds kort bij het project betrokken. De basis van dit project is een unieke website voor ouders van pubers die door ongeveer 100 mensen per dag wordt bezocht.

Mensen die de website bekijken, kunnen per e-mail een vraag stellen over alcohol en opvoeding. Alle vragen die via de website binnenkomen worden



De website www.alcoholenopvoeding.nl trekt steeds meer bezoekers

binnen een week beantwoord door pedagoge en projectcoördinator Jorinde Klungers.

Een paar voorbeelden:

Lisan (14 jaar) zegt: "Deze website is ontzettend leerzaam, ik heb er veel van geleerd en het is ontzettend handig voor mijn artikel en ik heb veel geleerd over mixdrankjes! En ik vind het ontzettend stom dat mixdrankjes onder de categorie 'zwakalcoholische dranken' vallen! Er zit sterke drank in!

Een moeder met een zoon van 19 jaar, die alle dagen van het weekend dronken thuis komt, vraagt wat ze kan doen om hem te laten stoppen. Een vader vraagt hoe hij kan zien of zijn kind te veel drinkt.

Een moeder van een dochter van 15 die met een alcoholvergiftiging per ambulance naar het ziekenhuis is afgevoerd, nadat ze op een festival te veel alcohol had gedronken: Hoe kan het dat haar dochter zonder geld, zonder kaartje en zonder een identiteitsbewijs te tonen zo veel drank had gekregen?

Project Lokaal alcoholbeleid

Keten en Hokken

De afgelopen maanden heeft u het bijna niet kunnen missen, de media-aandacht voor de 'keten en hokken' en het drankgebruik van jongeren op deze plekken. Steeds meer jongeren besluiten op het erf van de ouders een keet of caravan te beginnen om gezellig samen te komen en bier te drinken. STAP heeft landelijk onderzoek gedaan naar dit verschijnsel. Het onderzoek leidde tot 7 Kamervragen aan minister Remkes van Binnenlandse Zaken. Ook is er een folder over keten, bedoeld voor ouders van jonge tieners. STAP is in een aantal gemeenten betrokken bij de ontwikkeling van gericht jeugdbeleid over de keten en hokken.



De folder over keten en hokken, te bestellen via www.alcoholpreventie.nl

Jongeren vervalsen legitimaties

Begin 2005 heeft STAP onderzoek gedaan naar het vervalsen van leeftijdsbewijzen door minderjarigen om een café of discotheek binnen te kunnen komen. Dit onderzoek is uitgevoerd onder ruim 800 jongeren in heel Nederland. Bijna eenderde (30,5%) van de jongeren geeft aan gebruik te maken van een valse legitimatie tijdens het uitgaan. En een op de zes minderjarige tieners geeft aan hier ook gebruik van te maken om alcohol te kunnen kopen. Uit het onderzoek bleek opnieuw dat alcohol kopen voor verreweg het grootste gedeelte van de tieners onder de 16 jaar een koud kunstje is.

Nieuws van de Bierkoerier

In mei 2005 is een onderzoek van STAP uitgekomen over de bierkoeriers in Nederland. Er blijken in Nederland tientallen bierservices rond te rijden die vooral in de avond en 's nachts alcohol aan huis bezorgen. Aan wie en wat deze koeriers werkelijk verkopen is onbekend en kan ook niet worden gecontroleerd door de inspectie. STAP heeft de

minister verzocht bierkoeriers vergunningsplichtig te maken.

Nieuwe site: www.alcoholbeleid.nl

Sinds maart 2005 is er een nieuwe STAP-website bijgekomen die bedoeld is voor beleidsmedewerkers met alcohol in de portefeuille. Gemeenten, de landelijke overheid, maar ook regionale instellingen zijn de doelgroep. De site wordt regelmatig aangevuld met informatie over nieuwe onderzoeken, succesvolle lokale (STAP) projecten en informatie over de Drank- en Horecawet. Neemt u gerust een kijkje op: www.alcoholbeleid.nl



www.alcoholbeleid.nl

Nieuwe onderzoeken over alcoholreclame

In opdracht van het Ministerie van VWS onderzoekt STAP de alcoholmarketing in Nederland. De afgelopen periode publiceerde STAP de volgende rapporten:

Bier Blijft Lokmiddel - *Bierpromotie en kortingsacties op bier via supermarkten zomer 2004. M. Kuunders - maart 2005*
Bier wordt in de supermarkten voor erg lage prijzen aangeboden. Ook wordt er veel voor bier geadverteerd in reclamefolders. De grootte van de aangeboden kortingen varieerde van 20% tot 30%, net als in voorgaande jaren. De laagste actieprijs per liter was 61 eurocent.

Alcoholreclame bereikt jongeren via zomerfestivals.
- *Alcoholreclame via sponsoring van zomerfestivals met minderjarige bezoekers 2004. STAP - april 2005*
Zomerfestivals waar veel minderjarigen komen worden door alcoholmerken gesponsord. Uit een totaal van 70 zomerfestivals werd bij 17 zomerfestivals geconstateerd dat het publiek erg jong was – 30% of meer was jonger dan 20 jaar – terwijl er sponsoring was door een alcoholmerk.



Bij 17 van de 70 alcohol-gesponsorde zomerfestivals was het publiek erg jong.

Grote vraag naar brochure Alcohol en Zwangerschap

De vraag naar de in 2004 uitgekomen STAP brochure Zwanger? ... en Alcohol heeft de verwachtingen ver overtroffen. Er zijn meer dan 15.000 brochures via verloskundigen verspreid. Er is inmiddels een derde oplage beschikbaar. STAP kiest ervoor ook de derde oplage gratis te blijven verspreiden; dat kan dankzij de bijdragen van haar donateurs. In het najaar van 2005 wordt ook de website www.alcoholenzwangerschap.nl vernieuwd.

Omvang alcoholreclame in Nederland vrijwel onbegrensd: de stand van zaken anno 2005

In het rapport 'Omvang alcoholreclame in Nederland vrijwel onbegrensd' (Wim van Dalen en Monique Kuunders - Voorjaar 2005) wordt de stand van zaken van dit moment over alcoholreclame en jongeren weergegeven. STAP doet in het rapport de aanbeveling regels op te stellen die de hoeveelheid alcoholreclame indammen: tijdsgrenzen voor alcoholreclame op tv, radio en in de bioscoop; en een verbod op alcoholreclame in de openbare ruimte.

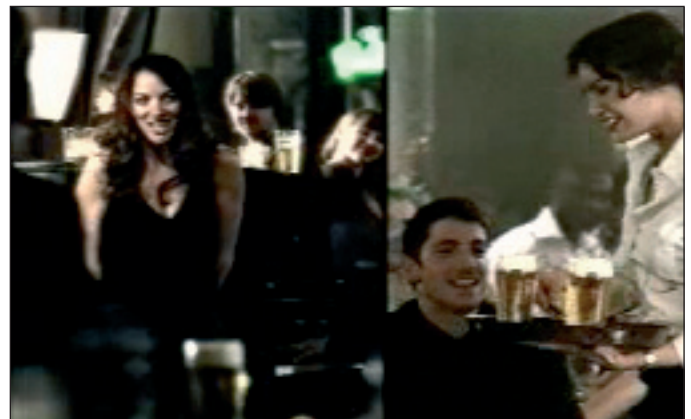
Effecten van alcoholmarketing

In samenwerking met de Universiteit van Nijmegen en de Universiteit Twente zijn in 2004 de effecten van alcoholreclame op jongeren voor STAP in kaart gebracht.

Loes Spiertz (Universiteit Nijmegen) deed een inventarisatie van wetenschappelijke literatuur uit de jaren 1999-2004 over de effecten van alcoholreclame op jongeren (rapport 'Alcoholreclame en Jongeren'). Het blijkt dat alcoholreclame vooral indirect invloed heeft op alcoholconsumptie (via zgn. 'gedragsdeterminanten'). Ook heeft reclame invloed op de hoeveelheid alcohol die jongeren drinken.

Deze en andere nieuwe rapporten van STAP zijn te downloaden en te lezen op www.alcoholpreventie.nl

Nieuwe mixdrankjes: Bierbrouwers spelen handig in op de trend van zoete drankjes.
Zo komt Inbev nu met het Braziliaanse fris-zoete bier 'Brahma' met een alcoholpercentage van 4,8%.



55% van de alcoholreclame op tv wordt voor 21:00 uur uitgezonden. (STAP, 2004)

Alcoholreclame onder de loep

In opdracht van het Ministerie van VWS volgt STAP de alcoholreclame nauwgezet. Een doel daarvan is na te gaan of de afspraken die gelden voor alcoholreclame door de adverteerders in acht worden genomen. In 2005 heeft STAP tot dusver 19 klachten ingediend tegen alcoholreclames die zij in strijd acht met de code. Daarvan zijn er 16 in behandeling genomen. Negen klachten zijn toegekend, drie klachten zijn nog in behandeling. Voorbeelden van klachten die door de Reclame Code Commissie zijn gehonoreerd:

- **De muzikbar Old Dutch in Valkenswaard adverteerde met gratis drank voor vrouwen op vrijdagavond. Adverteren met de verstrekking van gratis alcoholhoudende drank is in strijd met de code. Bovendien werkt het ongelimiteerd gratis verstrekken van alcohol overmatige consumptie in de hand.**
- **Reclame voor Hooghoudt Wodka Plus, een zoete mixdrank met 8,5% alcohol. Het alcoholpercentage werd afgeschilderd als 'alles behalve kinderachtig'. Hooghoudt doet daarmee voorkomen dat het drinken van een mixdrankje met 8,5% alcohol stoerder is dan een drank met een lager alcoholvolume. De meeste mixdranken bevatten 5,6% alcohol.**

Op dit moment loopt er een klacht tegen het internetspelletje 'Keep the Can Cool' van Heineken. STAP vindt dit spel te aantrekkelijk voor jongeren. De hoofdfiguur, het mannetje 'Canny', moet in het spel door een supermarkt rennen, vliegen en vechten om een blikje bier koel te houden. Volgens STAP staat deze campagne in schril contrast met de onlangs gemaakte afspraken tussen minister Hoogervorst en de alcoholbranche. De STIVA beloofde in deze afspraken onder meer een verbod op alcoholreclame via videogames die aantrekkelijk zijn voor jongeren.

STAP heeft een aantal kamerleden gevraagd het spel te spelen om zelf een oordeel te kunnen vormen over de onbetrouwbaarheid van Heineken.



Keep the Can Cool: Direct nadat Hoogervorst akkoord ging met het voorstel van de STIVA om de reclamecode aan te passen, lanceerde Heineken deze campagne.

In reactie daarop heeft Anja Timmer van de PvdA Kamervragen gesteld. Zij wil van de minister weten of hij ook vindt dat Heineken de nieuwe afspraken heeft geschonden en wat hij nu gaat doen om herhaling te voorkomen.

Persberichten van STAP in 2005

- STAP opnieuw in actie alcoholgebruik jongeren (26/1/2005)
- Bier goed voor het zog? (27/1/2005)
- Drinken 'even schadelijk als roken' (8/2/2005)
- Helft alcoholreclame voor 2100 uur op tv (8/3/2005)
- STAP: Hoogervorst moet poot stijf houden bij alcoholbeleid (24/3/2005)
- STAP vraagt supermarkten te stoppen met prijsacties voor bier (29/3/2005)
- Jong drinken in eigen keet of hok steeds normaler (31/3/2005)
- Vervalsen van legitimatie voor jongeren koud kunstje (7/4/2005)
- STAP teleurgesteld over afspraken minister en alcoholbranche (12/4/2005)
- Bierkoeriers mikken vooral op jongere drinkers (11/5/2005)
- Nieuwe code alcoholreclame voegt weinig toe (17/5/2005)
- WHO: zorgen over schadelijk alcoholgebruik (2/6/2005)
- Duitse jongere drinkt minder na verhoging 'breezer'-accijns (13/6/2005)

Al deze berichten zijn te lezen op www.alcoholpreventie.nl



Even voorstellen: Martijn Keijsers

Sinds enkele maanden werkt bij STAP stagiaire Martijn Keijsers (26). Martijn studeert bestuurskunde aan de Universiteit van Twente. Bij STAP houdt hij zich bezig met het gemeentelijk alcoholbeleid (zie ook www.alcoholbeleid.nl). Een goed gemeentelijk beleid kan ertoe bijdragen dat uitgaande jongeren die overmatig drinken minder problemen veroorzaken. Ze kunnen voorwaarden verbinden aan een horecavergoeding, ze kunnen sluitingstijden vervoegen en afspraken maken met de horeca over de toegangsleeftijd. Martijn Keijsers onderzoekt het uitgaansbeleid van een aantal gemeenten en zal daarna concrete adviezen opstellen.



Even voorstellen: Lisa van Wijnen

Lisa van Wijnen (25) werkt sinds maart 2005 bij het secretariaat van STAP. Anderhalf jaar geleden is ze afgestudeerd in Gezondheidsvoorlichting aan de Universiteit Maastricht. Sindsdien heeft ze onder andere in de Thuiszorg gewerkt en als vrijwilliger bij de GGD. Het is haar wens om uiteindelijk een baan als preventiewerker te krijgen en bij STAP krijgt ze de mogelijkheid alvast veel te leren op het gebied van alcoholpreventie. Bij STAP is Lisa verantwoordelijk voor het verzenden van STAP-materialen en de administratie daarvan. Daarnaast ondersteunt ze Jorinde Klungers bij het project 'Alcohol en Jongeren'. Zo zorgt ze onder meer voor de promotie van de website www.alcoholenopvoeding.nl en beantwoordt ze vragen die via de website binnenkomen.

Steun STAP!

STAP (Stichting Alcoholpreventie) zet zich in voor een beter alcoholbeleid. Zij bepleit o.a.

- meer voorlichting aan ouders en jongeren
- wettelijke beperking van alcoholreclame
- verbod van verkoop van mixdranken in supermarkten
- meer onderzoek naar de gevolgen van overmatig drinken

Bezoek:

www.alcoholpreventie.nl

(de homepage van STAP)

www.alcoholreclame.nl

(alles over alcoholreclame)

www.alcoholenopvoeding.nl

(voor ouders)

Steun STAP in haar werk en wordt donateur; maak een bijdrage van minimaal € 15,- over op Postbanknummer 291302 t.n.v. Stichting Alcoholpreventie te Utrecht of schrijf een briefje naar STAP, Postbus 8181, 3503 RD Utrecht. Mailen kan ook: stap@alcoholpreventie.nl.

Uitgave:

STAP (Stichting Alcoholpreventie)

Utrecht, februari 2004

Postbus 8181

3503 RD Utrecht

telefoon (030) 656 50 41

fax (030) 656 50 43

e-mail stap@alcoholpreventie.nl

Donateurs worden via de nieuwsbrief geïnformeerd