

## Relatie ALCOHOLGEBRUIK EN BORSTKANKER onvoldoende bekend

STAP doet beroep op donateurs voor campagne over alcohol en borstkanker



*“Ik vind dat Nederlandse vrouwen recht hebben op eerlijke informatie over de risico's van alcohol.”*

Dr. Esther van den Wildenberg  
(Campagne Coördinator STAP)

“Verantwoorde alcoholconsumptie” zoals de alcoholindustrie graag propageert, bestaat dan ook niet, zeker niet voor vrouwen.

### Campagne over Alcohol en Borstkanker

Om bovenstaande redenen wil STAP de komende jaren graag meer aandacht genereren voor de relatie tussen alcohol en borstkanker. Dan kunnen vrouwen, in het bezit van de juiste kennis, een bewustere keuze maken als het om hun alcoholgebruik gaat. De Engelse organisatie ‘Balance’ heeft in 2014 met succes de campagne ‘THINK TWICE’ over alcohol en borstkanker uitgevoerd. De bekendheid bij vrouwen van de relatie van alcohol en borstkanker is toegenomen en heeft geleid tot meer draagvlak voor effectieve beleidsmaatregelen.

Vindt u het met ons belangrijk dat de campagne ‘Alcohol en Borstkanker’ ook in Nederland kan worden uitgevoerd? Stuur ons dan met uw gift. Zie pagina 4 voor meer informatie.

Gemiddeld genomen krijgt één op de acht vrouwen in Nederland ooit in hun leven te maken met borstkanker. Jaarlijks gaat het om 14.500 gevallen. Hiervan worden er naar schatting 1.000 à 3.000 veroorzaakt door alcoholgebruik. De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) heeft alcohol in 2007 officieel erkend als risicofactor voor borstkanker. Niet alleen het gebruik van enkele glazen alcohol per dag, maar ook matig gebruik van één glas per dag verhoogt dit risico al. Onderzoek van STAP onder ruim 1.000 Nederlanders wijst uit dat slechts één op de tien Nederlanders op de hoogte is van de relatie tussen alcohol en borstkanker. Hier wil STAP verandering in brengen.

### Wat zijn risicofactoren voor borstkanker?

Borstkanker wordt door verschillende factoren beïnvloed waaronder: erfelijkheid, leeftijd, overgewicht, vroege leeftijd van de menstruatie en late overgangsende leeftijd. Daarnaast worden zorgen voor een langere blootstelling aan oestrogenen; een belangrijke risicofactor voor borstkanker. Het (vroeg) krijgen van kinderen en geven van borstvoeding zijn juist beschermende factoren. Eén van de weinige dingen waar een vrouw zelf invloed op kan uitoefenen om haar risico op borstkanker te verlagen is geen of weinig alcohol

gebruiken. Dit verlaagt het oestrogeenneive en tevens de blootstelling aan het giftige afbraakproduct van alcohol, acetaldehyde. Helaas biedt het geen individuele garantie op het niet krijgen van borstkanker, al verlaagt het wel het risico. Wel is het zo, dat wanneer er door vrouwen minder alcohol wordt geconsumeerd, er minder nieuwe borstkanker diagnoses zullen volgen. En willen we dat niet allemaal?

### Alcoholindustrie richt zich expliciet op vrouwen

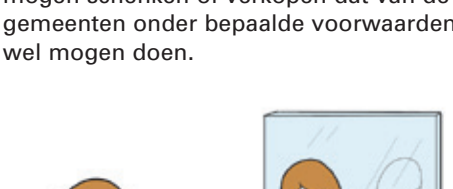
Het is belangrijk om aandacht te besteden aan de relatie tussen alcohol en borstkanker, juist omdat de alcoholindustrie de afgelopen jaren vrouwen expliciet ‘target’ met speciale reclames en producten, zoals Jillie cider van Heineken en smaakjesbieren. Daartegenover staat dat vrouwen kwetsbaarder zijn voor de effecten van alcohol dan mannen. Vrouwen hebben een lager lichaamsgewicht en een kleiner volume aan lichaamsvocht. Hierdoor wordt alcohol sneller opgenomen in het bloed. Daarnaast vindt de afbraak minder snel plaats omdat vrouwen minder afbraakenzymen in de maag en de lever hebben. Ook lijken de vrouwelijke hersenen sneller schade te ondervinden van alcohol dan die van mannen. Daar komt nu de kennis bij dat één glas alcohol per dag het risico op borstkanker reeds verhoogt.



## Niet nog meer locaties waar je alcohol kunt drinken en kopen

### Weerstand tegen blurring-pilot van VNG en gemeenten neemt toe

Als het aan de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG), een vijftigtal gemeenten en zo'n 1.000 ondernemers ligt dan wordt het aantal plaatsen waar je alcohol kunt drinken of kopen fors uitgebreid. Want dat is de strekking van de zogenaamde blurring-pilot die per 1 april jongstleden is gestart. Deze pilot houdt in dat ondernemers die volgens de Drank- en Horecawet geen alcohol mogen schenken of verkopen dat van de gemeenten onder bepaalde voorwaarden wel mogen doen.



De voorbeelden zijn bekend: kappers die hun klanten een glas bier serveren, boekhandels en kledingwinkels die wijn verkopen en kleine supermarkten die wijn willen serveren. Als het aan de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG), ongeveer 40 gemeenten en zo'n 1.000 ondernemers ligt dan wordt het aantal plaatsen waar je alcohol kunt drinken of kopen fors uitgebreid. In Amsterdam is zelfs een tandarts die voor zijn patiënten bier tapt.

### Veel mensen willen geen biertje bij de kapper

Op 6 juni jl. presenteerde het nieuwsprogramma EenVandaag een onderzoek naar het draagvlak voor blurring. Uit dat onderzoek bleek dat 77% van de ondervraagden het niet eens is met de blurring-pilot van de VNG. Al eerder bleek uit een lezersonderzoek van de Telegraaf (februari 2016) dat 70% van de 27.000 ondervraagden tegenstander is van het schenken van alcohol in winkels die daar geen vergunning voor hebben.

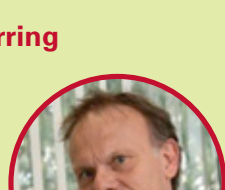
### De GGD ziet blurring niet zitten

“Vermenging van horeca en winkel is niet wenselijk met het oog op de volksgezondheid”, zegt Hugo Backx, directeur GGD GHOR Nederland. “Met deze pilot neemt de beschikbaarheid en mogelijk ook het (problematisch) gebruik van alcohol toe”, zegt Backx in een interview op de website van GGD GHOR, 13 april jl. <http://www.ggdghor.nl/standpunten/horeca-detailhandel-schadelijk-voor-de-volksgezond/>



### Verslavingspreventie keert zich eveneens tegen blurring

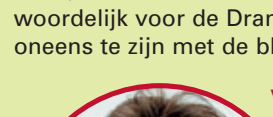
Ook de verslavingszorg waarschuwt voor de gevolgen voor de volksgezondheid en de openbare orde van blurring. Zij adviseert gemeenten niet deel te nemen aan de pilot van de VNG.



Woordvoerder Dr. Hans Dupont van verslavingspreventie Mondriaan: “De pilot ondermijnt de campagne NIX18. Door te pas en te onpas drank aan te bieden, wordt de indruk gewekt dat alcohol er overal en altijd bij hoort. Deze norm is vanuit gezondheidsopgaven ongewenst.”

### Staatssecretaris van Rijn heeft zich herhaaldelijk uitgesproken tegen blurring

Als reactie op Kamervragen over blurring (o.a. van Marith Volp en Joël Voordewind) en in diverse interviews heeft staatssecretaris Martin van Rijn, verantwoordelijk voor de Drank- en Horecawet, steeds te kennen gegeven het volstrekt oneens te zijn met de blurring pilot van de VNG.

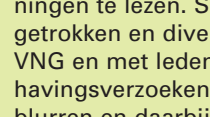


### Voordewind: Blurring ongewenst

Joël Voordewind (ChristenUnie): “Ik vind het ongewenst dat je op steeds meer plekken alcohol aangeboden krijgt. Dat is vooral riskant voor jongeren. Ik heb me er met succes voor ingezet om de alcoholleeftijd op 18 te krijgen. Dat succes mag niet ongedaan gemaakt worden door het aantal verkooppunten van alcohol te vergroten. Jongeren worden daardoor extra uitgedaagd en de handhaving van de leeftidsgrens wordt er door bemoeilijkt.”

### Wat doet STAP tegen blurring?

STAP doet zich op uiteenlopende wijze in om de blurring-pilot te stoppen. Op de themapagina van de website [www.stap.nl](http://www.stap.nl) over blurring zijn deze inspanningen te lezen. STAP heeft bij de bewindslieden Van Rijn en Plasterk aan de bel betrokken en diverse interviews gegeven. Ze heeft gesprekken gevoerd met de VNG en met leden van de Tweede Kamer. Bij zeven gemeenten heeft STAP handhavingsonderzoek en/of bezwaarschriften ingediend vanwege ondernemers die blurren en daarbij de Drank- en Horecawet overtreden.



### Alcoholproducenten wachten hun kans af

Volgens directeur Wim van Dalen van STAP beseffen gemeenten onvoldoende dat als de vermenging van winkel en horeca blijft doortzeten, uiteindelijk de grote bier- en wijnproducenten aan het langste eind zullen trekken. “Heineken, Grolsch, Bavaria en de wijnproducenten houden zich nu nog gedeisd maar rijken hun kans om straks in supermarkten, doe-het-zelf zaken en andere grootwinkelbedrijven klanten nieuwe reclameacties te kunnen voeren, bier en wijn te kunnen laten proeven en te verkopen. De gevolgen laten zich raden. Het beperkte maar concrete succes van ons recente landelijke en regionale alcoholbeleid zal als sneeuw voor de zon verdwijnen, er zal meer overlast zijn, alcoholproblemen zullen bij jong en oud toenemen met als gevolg daarvan stijgende kosten voor de gehele samenleving. Op dit moment telt Nederland al zo'n 63.000 verkooppunten van alcohol; als er ook in allerlei winkels alcohol geschonken mag worden dat dat aantal binnen enkele jaren zeker 100.000 worden.”



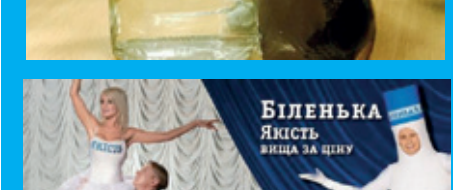
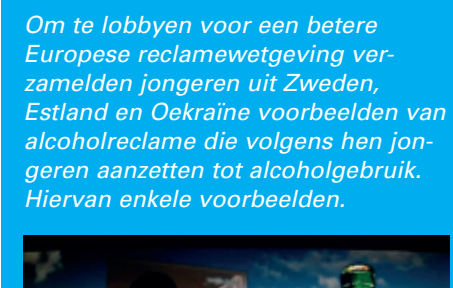
## Europese regels voor alcoholreclame onder het mes

STAP actief in Brussel om versoepeling alcoholreclame-wetgeving te voorkomen



Heineken heeft een sponsorcontract van naar schatting 150 miljoen dollar afgesloten met het Formule 1 imperium. Deze vorm van sponsoring moet volgens gezondheidsorganisaties EUROCARE, EUCAM, STAP, IOGT en andere, onder de nieuwe Europese regelgeving verboden worden.

Om te lobbyen voor een betere Europese reclamewetgeving verzamelden jongeren uit Zweden, Estland en Oekraïne voorbeelden van alcoholreclame die volgens hen jongeren aanzetten tot alcoholgebruik. Hiervan enkele voorbeelden.



Het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP maakt zich grote zorgen over de komst van nieuwe Europese mediawetgeving. De bestaande Europese richtlijn, de zogenaamde AVMSD (Audiovisual Media Services Directive), wordt namelijk herzien. STAP vreest met vele collega-gezondheidsorganisaties uit Europa dat als gevolg van deze herziening jongeren nog meer dan nu het geval is met alcoholreclame via radio, tv en sociale media kunnen worden bestookt. Mede onder druk van commerciële partijen ligt er een nieuw wetsvoorstel ter tafel dat reclamemakers meer ruimte geeft om schadelijke reclameboodschappen over alcohol (maar ook over ongezonde voeding) te kunnen uitzenden. De lidstaten behouden echter de vrijheid om in eigen land de bestaande strengere reclame-regels te handhaven.

### Wat wil STAP?

STAP heeft tezamen met een tiental Europese partners de volgende wensen op tafel gelegd met betrekking tot de nieuwe Europese mediawet. Daarover voeren STAP en andere gezondheidsorganisaties de komende maanden gesprekken met de Europese Commissie en Europarlementariërs.

wettigstellen bezoek aan de website [www.change-avmsd.eu](http://www.change-avmsd.eu)! U kunt op deze site een petitie tekenen waarmee u eraan bijdraagt dat jongeren in de toekomst beter worden beschermd tegen de invloed van alcoholreclame.

### U kunt uw handtekening zetten voor een betere Europese alcoholwetgeving

Jongeren die meer online reclame zien, drinken meer alcohol

Nieuw onderzoek van Avalon de Buijn Een onderzoek van STAP, gecoördineerd door Avalon de Buijn, toont een overtuigend verband aan tussen hoe vaak jongeren online alcoholreclame zien en de hoeveelheid alcohol die ze drinken. De onderzoekers ondervroegen meer dan 9.000 leerlingen rond de leeftijd van 14 jaar op scholen in Duitsland, Italië, Nederland en Polen. In alle onderzochte landen bleek een hoge blootstelling aan online alcoholmarketing samen te hangen met een grotere kans te drinken of een zware drinker te zijn. Avalon de Buijn: ‘Alle vormen van alcoholreclame bleken in eerder onderzoek al gerelateerd aan méér drinken. De impact van online alcoholmarketing blijkt echter bijzonder invloedrijk. Dit kan worden verklaard door het interactieve en persoonlijke karakter van online reclame voor alcohol.’



### Avalon de Buijn

(namens STAP en EUCAM): ‘De studie laat zien dat het belangrijk is dat alcoholwetgeving de hoeveelheid alcoholreclame waarmee jongeren elke dag worden geconfronteerd, beperkt; deze wetgeving moet niet alleen betrekking hebben op radio en tv, maar ook op sociale media en sponsoring.’

Bron: De Buijn A, Tanghe J, de Leeuw R, Engels R, Anderson P, Beccaria F, Bujalski M, Celata C, Gosselt J, Schreckenberg D, Słodownik E, Wöhrge J, and van Dalen W (2016) European longitudinal study on the relationship between adolescents' alcohol marketing exposure and alcohol use. Binnenkort volgt de publicatie in het tijdschrift Addiction ([www.addictionjournal.org](http://www.addictionjournal.org))

## STAP in het kort

### Onderzoek voor gemeenten

STAP werkt ten behoeve van gemeenten vanaf 1 januari 2016 samen met de Universiteit Twente (UT). In opdracht van gemeenten wordt onderzoek uitgevoerd om vast te stellen of supermarkten, slijterijen, sportkantines en de horeca zich houden aan de leeftijdsgrens van 18 jaar. Voor dat onderzoek worden mystery-shoppers van 17 en 18 jaar ingezet. Onlangs is onderzoek uitgevoerd voor de gemeenten Putten, Almere en Voorst. Vastgesteld kan worden dat de naleving door alcoholverstrekkers van de leeftijdsgrens nog onder de maat is. Anderzijds durven we wel de conclusie aan dat de leeftijdsgrens van 18 jaar steeds beter wordt gerespecteerd door zowel jongeren, ouders als verstrekkers. De zwakste nalevering van de wet zijn de horeca en de sportkantines zoals ook blijkt uit het nieuwe landelijk onderzoek van VWS (zie [www.stap.nl](http://www.stap.nl))

### STAP pleit voor inzet testkopers bij handhaving

In nauwe samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Drank- en Horecawet Inspecteurs (NVDI) zet STAP zich ervoor in om het wettelijk mogelijk te maken dat er bij de controle op de leeftijdsgrens van 18 jaar, minderjarige testkopers kunnen worden ingezet. Het grote voordeel hiervan is dat het toezicht op de leeftidsgrens veel effectiever kan verlopen. Nu gaat er bij het toezicht veel kostbare tijd verloren met het observeren van verkooppunten waardoor gemeenten geneigd zijn aan deze vorm van handhaving minder prioriteit te geven. Op de website van STAP is een door Roxanne Sabbé geschreven factsheet te vinden over de inzet van testkopers (ook wel mystery-shoppers genoemd) bij de handhaving. Zonder dat er bekendheid aan geleefd is, heeft STAP onlangs in opdracht van een gemeente met succes geëxperimenteerd met de inzet van een 17-jarige testkoper.

### Keurmerk de Alcoholvrije School

In samenwerking met GGD Hollands Midden voert STAP een project uit voor alle middelbare scholen in Alphen aan de Rijn. Het doel is dat alle deelnemende scholen kiezen voor een schoolbeleid dat geheel alcoholvrij is: geen alcohol bij schoolfeesten, geen alcohol op werkuren en geen alcohol in de lerarenkamer. Scholen die daarvoor kiezen, krijgen na afloop van het project het keurmerk ‘Alcoholvrije School’ uitgereikt.



### Gratis brochure ‘Alcohol en Zwangerschap’

STAP voorziet alle verloskundigen in Nederland van gratis brochures over alcohol en zwangerschap. Jaarlijks gaat het om vele duizenden brochures. Verloskundigen geven deze brochure door aan hun cliënten.

In de brochure wordt onder meer gewezen op de online interventie [www.negenmaandenniet.nl](http://www.negenmaandenniet.nl); deze interventie helpt vrouwen die ondanks dat ze zwanger zijn alcohol gebruiken maar daarmee willen stoppen.



### Voortlichtingscampagne met Hersenstichting krijgt vervolg

De Hersenstichting gaat het komende seizoen in samenwerking met STAP een tiental regionale bijeenkomsten uitvoeren over ‘Puberhersen en Alcohol’.

De bijeenkomsten zijn bedoeld voor professionals die voortlichting geven aan ouders en jongeren over alcohol en gezondheid. De Hersenstichting heeft recent al een nieuw informatiekartje ‘Puberhersen en alcohol’ samengesteld. Het kaartje is gratis online te bestellen of te downloaden als PDF-bestand. Het is bedoeld voor professionals, om hen te ondersteunen bij een gesprek met ouders van pubers. In het nieuwe kaartje zijn de meest recente wetenschappelijke inzichten over alcohol en puberhersen verwerkt.



### STAP heeft u nodig!

STAP gaat u nodig! (2016) belangrijke werk om de schade van alcohol aan individu en maatschappij verder terug te brengen. Uw hulp is hierbij voor ons een wezenlijk belang. Dit kan door een belastingvrije schenking of door STAP op te nemen in uw testament.

Neem u hier interesse in of vragen over, dan kunt u contact opnemen met STAP-directeur Wim van Dalen: 030 656 50 41 of [wvandalen@stap.nl](mailto:wvandalen@stap.nl)

U vindt tevens meer informatie over doneren, belastingvrij schenken en nalatenschappen op de STAP website: [www.stap.nl/organisatie/](http://www.stap.nl/organisatie/) doneren

### Dit zijn de 5 actiepunten van STAP

- 1 Informeren over en bewust maken van de risico's van alcoholgebruik
- 2 Beschermen van jongeren door verbetering van de handhaving van de alcoholgrens van 18 jaar
- 3 Een verbod op het stunen met lage prijzen van alcohol in de supermarkt
- 4 Niet nog meer verkooppunten van alcohol
- 5 Een verbod op alcoholreclame en sponsoring

### Colofon

juli 2016  
Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP  
Postbus 9769, 3506 GT Utrecht  
T +31 (0)30-6565 041  
I [www.stap.nl](http://www.stap.nl)  
[www.alcoholenzwangerschap.nl](http://www.alcoholenzwangerschap.nl)  
[www.alcoholvrijomgeving.nl](http://www.alcoholvrijomgeving.nl)

### De website van STAP

De website van STAP geldt als de meest geraadpleegde website van Nederland over alcoholbeleid. Jaarlijks wordt de website [www.stap.nl](http://www.stap.nl) bezocht door meer dan een kwart miljoen mensen.

U kunt hier informatie vinden over het nationale en internationale alcoholnieuws, de laatste feiten en cijfers, over lokaal, nationaal en Europees alcoholbeleid, alcohol en gezondheid, alcoholmarketing en blurring. Er zijn ook speciale Engelstalige pagina's.



Downer en opmaak: AlbertKlone, bureau voor