



Alcohol en Jongeren in Zuid Holland Zuid Hotspotonderzoek

FIEKE FRANKEN
JIM KROKKÉ
JORIS VAN HOOF

In deze factsheet worden de resultaten van een hotspotinventarisatie in de regio Zuid-Holland Zuid beschreven. Hierbinnen vallen de gemeenten Alblasserdam, Binnenmaas, Cromstrijen, De Waard, Dordrecht, Giessenlanden, Gorinchem, Hardinxveld-Giessendam, Korendijk, Leerdam, Sliedrecht, Strijen, Oud-Beijerland, Papendrecht en Zederik. Hotspots zijn alcoholverkooppunten waar veel jongeren komen en waar de naleving van de leeftijdsgrenzen voor de verkoop van alcohol aan jongeren mogelijk een risico is. Er zijn in totaal 156 aankoopogingen gedaan bij supermarkten, slijterijen, cafetaria's, horecagelegenheden en sportkantines. Op basis van mystery shopping bezoeken met 15-jarige jongeren is vastgesteld dat bij 22% van de aankoopogingen de verkoper de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol correct naleeft. De slijterijen doen het met een naleving van 39% het beste van de verschillende type verkooppunten. Bij 63 van de 156 aankoopogingen (40%) vraagt de verkoper naar de leeftijd, de ID van jongeren, of naar beide. Na deze correcte interventie van de verkoper wordt echter bij 35 van de 63 aankoopogingen (56%) alsnog alcohol verkocht aan 15-jarige jongeren. De resultaten van het onderzoek geven aanleiding om de lokale controle door toezichthouders bij horecagelegenheden, cafetaria's, supermarkten en sportkantines te intensiveren.

Alcoholgebruik door jongeren: prevalentie en gevolgen

Het alcoholgebruik van Nederlandse jongeren wordt gekarakteriseerd door de termen te veel, te vaak en te jong. Het alcoholgebruik van jongeren is daardoor de laatste jaren meer en meer reden tot grote zorg bij nationale en lokale overheden. De meeste jongeren beginnen met drinken tussen hun twaalfde en vijftiende jaar; 85% van de jongeren heeft voor zijn 16^{de} jaar een eerste glas alcohol gedronken. Ruim de helft van de leerlingen van 12 jaar heeft al ervaring met het drinken van alcohol. Van de leerlingen van het voortgezet onderwijs drinkt 51% regelmatig alcohol. Op de leeftijd van 16 jaar drinkt meer dan de helft van de jongeren meer dan 5 glazen alcohol in een weekend en 18 procent van de jongens drinkt zelfs meer dan 21 glazen in een weekend. Nederlandse jongeren zijn in vergelijking tot andere Europese jongeren dan ook de meest frequente drinkers en de grootste binge drinkers. Bingen is het drinken van minimaal 5 glazen alcohol in een korte periode.¹

Overmatig alcoholgebruik door jongeren kan diverse vormen van maatschappelijke overlast tot gevolg hebben. Het alcoholgebruik verhoogt het risico op verkeersongelukken², betrokkenheid bij vechtpartijen³, valpartijen⁴, onveilig vrijen⁵ en alcoholvergiftigingen.⁶ Daarnaast wordt de kans om dader of slachtoffer van uitgaansgeweld te worden aanzienlijk vergroot. Naast de veiligheid van jongeren die uitgaan, staat ook hun gezondheid op het spel. De hersenen van jongeren zijn nog niet volgroeid en alcoholgebruik kan tot blijvende schade leiden.⁷ Jongeren die veel alcohol drinken presteren bijvoorbeeld slechter op geheugentesten dan niet-drinkers. Ook wordt de kans op alcoholverslaving vergroot als kinderen voor hun 15^e jaar beginnen met het drinken van alcohol.⁸

Achtergrond

Het terugdringen van het alcoholgebruik onder jongeren is een uitdaging waar wetenschappers, politici en beleidsmakers voor staan. Wetenschappelijke onderzoekers zijn in de afgelopen jaren het alcoholgebruik van jongeren gaan verklaren vanuit de omgeving waarin jongeren opgroeien en deze zienswijze is dan ook steeds meer geïntegreerd in het alcoholbeleid. Een voorspeller van alcoholgebruik onder jongeren is de beschikbaarheid van alcohol. Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat eenvoudige toegang tot alcohol een belangrijke factor is bij de stijging van alcoholgebruik door jeugd. Zo nam in de Verenigde Staten in de jaren zeventig het alcoholgebruik toe, nadat de minimale drinkleeftijd naar beneden was bijgesteld.⁹ Een verhoging van de minimale

drinkleeftijd eind jaren zeventig en begin jaren tachtig leidde vervolgens weer tot minder alcoholgebruik en daardoor ook tot minder alcoholgerelateerde problemen.^{10,11,12} Soortgelijke resultaten werden ook gevonden in studies naar het tabakgebruik bij jongeren^{13,14,15}, waarbij aanbodvariabelen (gepercipieerde of feitelijke toegang tot tabak) belangrijke voorspellers van roken onder jongeren bleken te zijn.

In november 2000 is de Drank- en Horecawet in Nederland aangescherpt. De leeftijdsgrens voor alcoholverkoop is volgens deze wet 16 jaar voor zwakalcoholhoudende dranken (minder dan 15% alcohol) en 18 jaar voor sterke drank (vanaf 15% alcohol). Sterke drank mag alleen in de slijterij en in de horeca worden verkocht. Het beeld dat door vertegenwoordigers van de verkooppunten wordt gegeven van de naleving van deze wet verschilt van het beeld zoals dat geschetst wordt door de jongeren zelf.

Mysteryshoppingonderzoek: verkoop van alcohol aan jongeren onder de 16

Om de fysieke beschikbaarheid van alcohol in de regio Zuid-Holland Zuid vast te stellen, heeft de regio een onderzoek laten instellen naar de naleving van de leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol bij verschillende typen alcoholverkooppunten in de regio. Centrale vraag in het onderzoek is *welk percentage alcoholverkooppunten (hotspots) in de regio Zuid-Holland Zuid houdt zich aan de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van zwakalcoholhoudende drank aan jongeren?*

De subvragen binnen het onderzoek zijn:

1. Wat is het nalevingspercentage per type alcoholverkooppunt?
2. Welke interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) plegen verkopers van alcohol?
3. Wat is de effectiviteit van de gepleegde interventies van verkopers van alcohol?

Toetsing heeft plaatsgevonden met behulp van de methode 'mysteryshopping' waarbij 15-jarige jongeren aan de hand van een protocol, onder toezicht van onderzoekers van de Universiteit Twente, geprobeerd hebben alcohol te kopen. In meerdere weekenden in november 2011 zijn in totaal 156 aankoop pogingen gedaan bij supermarkten, slijterijen, horecagelegenheden, cafetaria's en sportkantines (zie Tabel 1). Al deze bezoeken hebben bij zogenaamde hotspots plaatsgevonden. Dit zijn door de regio aangeduide hotspots waar veel jongeren komen en waar de naleving van de leeftijdsgrenzen mogelijk een risico is. Er is gepoogd 80 hotspots twee keer te bezoeken. Uiteindelijk is het bij 77 hotspots gelukt twee bezoeken te doen. Bij twee verkooppunten is één bezoek gedaan en bij één verkooppunt is het niet gelukt een bezoek te doen vanwege gesloten feesten of gesloten verkooppunten. De onderzoeksmethode 'mysteryshopping' is een wetenschappelijk aanvaarde onderzoeksmethode die betrouwbare gegevens oplevert over de naleving van de leeftijdsgrenzen en veelvuldig gebruikt wordt in binnen- en buitenland.¹⁶

Tabel 1: Overzicht van alle hotspotbezoeken per gemeente.

	Alblas-serdam	Binnen-maas	Crom-strijen	De Waard	Dor-drecht	Giessen-landen	Gorin-chem	Hardinxveld-Giessendam
Supermarkten	4	4	2	0	6	2	2	3
Slijterijen	2	0	2	0	0	2	2	0
Cafetaria's	0	0	0	2	0	1	0	3
Horeca	4	2	4	4	6	3	3	1
Sportkantines	0	4	2	4	8	2	0	3
Totaal	10	10	10	10	20	10	7	10

Vervolg Tabel 1: Overzicht van alle hotspotbezoeken per gemeente

	Korendijk	Leerdam	Oud-Beijerland	Papendrecht	Sliepdrecht	Strijen	Zederik	Totaal
Supermarkten	2	4	0	4	5	2	0	40
Slijterijen	0	2	2	0	2	2	2	18
Cafetaria's	0	0	0	0	0	0	0	6
Horeca	4	2	4	4	2	6	6	54
Sportkantines	4	2	0	4	2	0	2	38
Totaal	10	10	6	12	11	10	10	156

RESULTATEN

Hieronder worden de resultaten van het nalevingsonderzoek beschreven. Allereerst komt het aantal succesvolle aankoopogingen aan de orde. Vervolgens wordt ingegaan op het al dan niet voorkomen van interventies (leeftijd vragen, identificatie vragen) en op variabelen die van invloed zijn op het succes van de aankoopogingen.

Succesvolle aankoopogingen

De naleving van de hotspots wordt in Tabel 2 beschreven. In totaal werden de hotspots (bestaande uit supermarkten, slijterijen, cafetaria, horecagelegenheden, en sportkantines) twee maal bezocht (t=1 en t=2). In totaal waren 122 van de 156 aankoopogingen succesvol (78%), waarmee de naleving neerkomt op 22% (zie Tabel 2). Er zijn verschillen per type verkooppunt gevonden. De beste naleving is gevonden bij de slijterijen met (39%), de laagste naleving is bij de cafetaria's (0%). Bij zes aankoopogingen werd er in sportkantines geen alcohol geschonken als gevolg van eigen huisregels. Het is van deze verkooppunten niet bekend hoe zij zouden naleven als de tap wel open zou zijn.

Tabel 2: Overzicht nalevingscijfers per type verkooppunt op t=1 en t=2.

Soort verkooppunt	Aantal bezoeken	Naleving t=1	Naleving t=2	t=1 + t=2 (% CN)
Supermarkten	20/20	5	5	10 (25%)
Slijterijen	9/9	4	3	7 (39%)
Cafetaria's	3/3	0	0	0 (0%)
Horeca	28/27	3	7	10 (18%)
Sportkantines	19/18	4*	4**	8 (22%)
Totaal	79/77	16	19	35 (22%)

Drie keer werd in een sportkantine bij het eerste bezoek en drie keer bij het tweede bezoek geen alcohol verkocht als gevolg van eigen huisregels (bijvoorbeeld de bar gesloten tot 15:00)

In tabel 3 worden de resultaten per gemeente weergegeven. In deze tabel is onder andere te zien dat in Alblasterdam twee bezoeken bij een slijterij zijn gedaan. Daarbij is één keer correct nageleefd. In Dordrecht zijn bijvoorbeeld 6 pogingen gedaan door mysteryshoppers om alcohol te kopen in horecagelegenheden, eenmaal is er correct nageleefd.

Tabel 3: Overzicht van alle hotspotbezoeken en nalevingsaantallen per gemeente.

	Alblas- serdam	Binnen- maas	Crom- strijen	De Waard	Dor- drecht	Giessen- landen	Gorin- chem	Hardinxveld- Giessendam
Supermarkten	4 (0)	4 (1)	2 (0)	0 (0)	6 (2)	2 (0)	2 (1)	3 (0)
Slijterijen	2 (1)	0 (0)	2 (1)	0 (0)	0 (0)	2 (0)	2 (0)	0 (0)
Cafetaria's	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	3 (0)
Horeca	4 (0)	2 (0)	4 (0)	4 (0)	6 (1)	3 (0)	3 (1)	1 (0)
Sportkantines	0 (0)	4 (4*)	2 (0)	4 (0)	8 (2**)	2 (0)	0 (0)	3 (0)
Totaal	10 (1)	10 (5)	10 (1)	10 (0)	20 (5)	10 (0)	7 (2)	10 (0)

Vervolg Tabel 3: Overzicht van alle hotspotbezoeken en nalevingsaantallen per gemeente

	Korendijk	Leerdam	Oud- Beijerland	Papen- drecht	Slie- drecht	Strijen	Zederik	Totaal
Supermarkten	2 (0)	4 (0)	0 (0)	4 (2)	5 (3)	2 (1)	0 (0)	40 (10)
Slijterijen	0 (0)	2 (2)	2 (2)	0 (0)	2 (0)	2 (0)	2 (1)	18 (7)
Cafetaria's	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (0)
Horeca	4 (3)	2 (0)	4 (1)	4 (0)	2 (0)	6 (3)	6 (1)	54 (10)
Sportkantines	4 (0)	2 (2)	0 (0)	4 (0)	2 (0)	0 (0)	2 (0)	38 (8)
Totaal	10 (3)	10 (4)	6 (3)	12 (2)	11 (3)	10 (4)	10 (2)	156 (35)

* Vier keer werd in een sportkantine in Binnenmaas geen alcohol verkocht als gevolg van alcoholbeleid.

** Twee keer werd in een sportkantine in Dordrecht geen alcohol verkocht als gevolg van alcoholbeleid.

Interventies bij hotspots

In Tabel 4 wordt dieper ingegaan op de interventies. In totaal werd bij 63 aankoop pogingen (40%) bij de hotspots een interventie gepleegd door de verkoper. Bij supermarkten en slijterijen werden vaak interventies gepleegd, respectievelijk 65% en 50%.

Tabel 4: Aantal interventies per soort verkooppunt.

Soort verkooppunt	Aantal bezoeken	Interventies (%)
Supermarkten	20/20	26 (65%)
Slijterijen	9/9	9 (50%)
Cafetaria's	3/3	1 (17%)
Horeca	28/27	19 (33%)
Sportkantines	19/18	8 (22%)
Totaal	79/77	63 (40%)

Correcte naleving na een interventie

In Tabel 5 en Tabel 6 staat weergegeven wat het gevolg is voor de naleving wanneer een verkoper vraagt naar leeftijd, identificatie, of naar allebei in t=1 (eerste bezoek) en t=2 (tweede bezoek). Van de in totaal 63 keer dat een verkoper een interventie heeft gepleegd (29 keer op t=1 en 34 keer op t=2) leidde deze interventie in 35 gevallen (56%) tot correcte naleving (CN).

Tabel 5: Aantal keer gevraagd naar leeftijd, identificatie (ID), allebei (Leeftijd + ID), niets gevraagd en Totaal op t=1.

Soort verkooppunt	Leeftijd (CN)	ID (CN)	Leeftijd + ID (CN)	Niets gevraagd (CN)	Totaal (CN) en %
Supermarkten	0 (0)	13 (4)	1 (1)	6 (0)	20 (5) (25%)
Slijterijen	1 (0)	3 (2)	1 (1)	4 (1*)	9 (4) (44%)
Cafetaria's	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (0)	3 (0) (0%)
Horeca	2 (0)	2 (2)	3 (1)	21 (0)	28 (3) (11%)
Sportkantines	2 (0)	0 (0)	1 (1)	16 (3**)	19 (4) (21%)
Totaal	5 (0)	18 (8)	6 (4)	50 (4)	79 (16) (20%)

* Eén keer werd een mysteryshopper (zonder naar ID-bewijs te vragen) bij de deur van de slijter weg gestuurd.

** Drie keer werd in een sportkantine geen alcohol verkocht als gevolg van eigen huisregels

Tabel 6: Aantal keer gevraagd naar leeftijd, identificatie (ID), allebei (Leeftijd + ID), niets gevraagd en Totaal op t=2.

Soort verkooppunt	Leeftijd (CN)	ID (CN)	Leeftijd + ID (CN)	Niets gevraagd (CN)	Totaal (CN)
Supermarkten	0 (0)	9 (5)	3 (0)	8 (0)	20 (5) (25%)
Slijterijen	0 (0)	3 (2)	1 (1)	5 (0)	9 (3) (33%)
Cafetaria's	0 (0)	0 (0)	1 (0)	2 (0)	3 (0) (0%)
Horeca	1 (0)	8 (7)	3 (0)	15 (0)	27 (7) (26%)
Sportkantines	3 (0)	0 (0)	2 (1)	13 (3***)	18 (4) (22%)
Totaal	4 (0)	20 (14)	10 (2)	43 (3)	77 (19) (25%)

*** Drie keer werd in een sportkantine bij het tweede bezoek geen alcohol verkocht als gevolg van eigen huisregels.

Variabelen die van invloed zijn op het slaagpercentage

Tijdens de bezoeken aan de verkooppunten werd door de jongeren en de onderzoekers ook nog op mogelijk beïnvloedende factoren gelet. Er werd aandacht besteed aan zaken als drukte in het verkooppunt, achtergrondkenmerken van de verkoper en de aanwezigheid van borden/en stickers met daarop de mededeling dat er geen alcohol wordt verkocht aan personen onder de wettelijke leeftijdsgrens. Na statistische analyse (logistische regressie) blijken al deze zaken niet van invloed op het wel of niet kunnen kopen van alcohol door een jongere van 15 jaar.

Conclusie

Doel van dit nalevingsonderzoek was om objectief vast te stellen in hoeverre de Nederlandse Drank- en Horecawet (specifiek artikel 20, lid 1) wordt nageleefd in de regio Zuid-Holland Zuid.

“Het is verboden bedrijfsmatig of anders dan om niet alcoholhoudende drank te verstrekken aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt. Onder verstrekken als bedoeld in de eerste volzin wordt eveneens begrepen het verstrekken van alcoholhoudende drank aan een persoon van wie is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt, welke drank echter kennelijk bestemd is voor een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt.”

Wanneer de resultaten van de hotspots worden bekeken blijkt dat de naleving op dit moment 22% is (tabel 2). Van de vijf typen verkooppunten die zijn bezocht scoren de slijterijen met een correcte naleving van 39% het beste. Bij de andere type verkooppunten ligt de naleving een stuk lager en 15 jarige jongeren kunnen in de regio Zuid-Holland Zuid bij zeker drie van de vier pogingen alcohol

kopen. Er werd bij alle aankoopogingen tezamen 63 keer gevraagd naar leeftijd, identificatie of beide. In het geval er wel een interventie plaatsvond betekende dat vooral bij het vragen naar het ID-bewijs de naleving van de Drank- en Horecawet verbeterde.

Uit de resultaten van verschillende nalevingsonderzoeken uitgevoerd door STAP en de Universiteit Twente in heel Nederland blijkt dat de naleving in de regio Zuid-Holland Zuid onder het gemiddelde nalevingspercentage van Nederland ligt (rond de 30%). Jongeren onder de 16 jaar kunnen nog op veel plaatsen in de regio Zuid-Holland Zuid gemakkelijk alcohol kopen. Op basis van de onderzoeksresultaten adviseren we de regio Zuid-Holland Zuid verder te gaan in de ontwikkeling en intensivering van het integrale alcoholbeleid gebaseerd op de beleidspijlers regelgeving, handhaving en publiek draagvlak. Extra aandacht is nodig voor gemeentelijke controles.

Het meest effectieve instrument om de naleving van de wetgeving te verbeteren is handhaving. De verkooppunten zouden minimaal vier keer per jaar gecontroleerd moeten worden op de naleving van de leeftijdsgrenzen om effectief te zijn¹⁷. Momenteel wordt de handhaving uitgevoerd door de nVWA. Met de nieuwe Drank- en Horecawet, die waarschijnlijk per oktober 2012 ingaat, verschuift deze taak naar de gemeenten. De gemeente krijgt zelf de bevoegdheid om toezicht te houden op de naleving van de Drank – en Horecawet en daarmee te controleren op de naleving van de leeftijdsgrenzen. Wanneer geen extra aandacht uitgaat naar het lokale toezicht is de kans minimaal dat de naleving van de leeftijdsgrenzen omhoog gaat. Met de nieuwe wet is het ook mogelijk om nog meer samen te gaan werken met de politie. De politie mag in de nieuwe wet, mitst het de bevoegdheid krijgt vanuit de gemeente, ook toezicht houden op de naleving van de Drank- en Horecawet.

We adviseren het toezicht vooral te focussen op de zogenaamde hotspots. Hotspots zijn alcoholverkooppunten waar veel jongeren komen en waar de naleving van de leeftijdsgrenzen voor de verkoop van alcohol aan jongeren mogelijk een risico is. De regio weet nu waar de zwakke plekken zitten, en welke hotspots extra aandacht verdienen bij het lokale toezicht. Er zijn enkel twee slijterijen, één horecagelegenheid en 4 sportkantines (onder andere vanwege eigen huisregels) in de regio Zuid-Holland Zuid waar de 15-jarige jongeren bij beide aankoopogingen geen alcohol konden kopen (zie bijlage 1). We adviseren de regio het toezicht te focussen op de verkooppunten waar de jongeren bij één of beide aankoopogingen alcohol mee kregen. Bij 10 supermarkten, 4 slijterijen, 3 cafetaria's, 18 horecagelegenheden en 14 sportkantines konden de mysteryshoppers bij beide pogingen alcohol kopen. Het is belangrijk om bij het lokale toezicht onder andere te focussen op supermarkten en horecagelegenheden omdat uit onderzoek blijkt dat jongeren vaak hun alcohol in de supermarkten en horecagelegenheden kopen.

Verder biedt de wet de mogelijkheid voor de burgemeester om supermarkten die binnen één jaar drie keer bekeurd worden voor het niet naleven van de leeftijdsgrenzen een extra sanctie op te leggen. De burgemeester kan een supermarkt dwingen haar alcoholafdeling minimaal één week tot maximaal twaalf weken te sluiten.

Wanneer naar het aantal interventies wordt gekeken blijkt dat vooral bij de supermarkten en slijterijen vaak om leeftijd en/of ID wordt gevraagd. Vooral bij slijterijen resulteert deze interventie vaak in een correcte naleving. Nadat bij 26 aankoopogingen bij supermarkten een interventie wordt gepleegd, kunnen de jongeren nog bij 16 aankoopogingen alcohol kopen. Hieruit blijkt dat de verkopers moeite hebben de leeftijd te berekenen aan de hand van het ID. Een omrekenmodel (van de nVWA) kan een hulpmiddel zijn voor de caissières of barpersoneel om de leeftijd te berekenen. Daarnaast kan een leeftijdscontrolesysteem een oplossing zijn voor het vragen en het berekenen van de leeftijd en het ID. Bij cafetaria's, horecagelegenheden en sportkantines moet vaker om het ID-bewijs en of leeftijd worden gevraagd.

De resultaten van de sportkantines zijn lastig te beoordelen. De jongeren konden regelmatig geen alcohol kopen in verband met de eigen huisregels van de sportkantines. Het is niet onderzocht of de mysteryshoppers op een ander tijdstip van de dag, wanneer er wel alcohol wordt geschonken, de alcohol wel konden kopen. In veel sportkantines wordt er pas vanaf een bepaald tijdstip alcohol geschonken, of helemaal niet op zaterdagen rond jeugdwedstrijden. Naast het feit dat de mysteryshoppers geen alcohol konden kopen door de eigen huisregels, werd er daarnaast enkel bij twee bezoeken aan een sportkantine de leeftijdsgrenzen correct nageleefd. Ook is opvallend dat in de sportkantines het aantal interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) erg laag ligt. We adviseren de gemeenten om het aanbod van IVA-trainingen structureel te borgen in het lokale beleid. Ter ondersteuning kan gebruik gemaakt worden van de toolkit die vanuit de regio is ontwikkeld. Ook door het aanbieden van de cursus Barcode kan nadruk worden gelegd op het vragen naar leeftijd en ID. Deze trainingen hebben alleen effect in samenhang met controles op de naleving van de leeftijdsgrenzen.¹⁷

We adviseren de resultaten van de handhavingsacties structureel te blijven communiceren via de media of persoonlijke communicatie met verkooppunten. Op deze manier worden ook verkooppunten die niet gecontroleerd zijn, herinnerd aan het risico van het niet naleven van de wettelijke leeftijdsgrens voor de verkoop van alcohol. We raden de regio aan om het bestaande communicatieplan zonodig hiertoe bij te stellen.



Literatuur

1. Monshouwer, K., Van Dorsselaer, S., Gorter, A., Verdurmen, J., Vollebergh, W. (2008). Jeugd en riskant gedrag; kerngegevens uit het peilstationsonderzoek 2007. Utrecht: Trimbos-instituut.
2. Sindelar, H.A., Barnett, N.P. & Spirito, A. (2004). Adolescent Alcohol Use and Injury: A Summary and Critical Review of the Literature. *Minerva Pediatric* 56, 291-309.
3. Macdonald, S., Cherpitel, C.J., Borges, G., DeSouza, A., Giesbrecht, N. & Stockwell, T. (2005). The Criteria for Causation of Alcohol in Violent Injuries Based on Emergency Room Data from Six Countries. *Addictive Behaviours* 30 (1), 103-113. Macdonald, Cherpitel, Borges, DeSouza, Giesbrecht & Stockwell, 2005.
4. Harnett, R., Herring, R., Thom, B. & Kelly, M. (1999). Exploring Young Men's Drinking Using the AUDIT Questionnaire. *Alcohol and Alcoholism* 34, 672- 677.
5. Sen, G. (2002). Does Alcohol Increase the Risk of Sexual Intercourse among Adolescents? Evidence from the NLSY97. *Journal of Health Economics* 21, 1085-1093.
6. Wilsterman, M.E.F., Dors, N., Sprij, A.J. & Wit, J.M. (2004). Kliniek en beleid bij jongeren met alcoholintoxicatie op de afdelingen spoedeisende hulp in de regio Den Haag, 1999-2000. *Nederlands Tijdschrift voor de Geneeskunde* 148 (30), 1496-1500.
7. Tapert, S.F., Cheung, E.H., Brown, G.G., Frank, L.R., Paulus, M.P., Schweinsburg, A.D., Meloy, M.J. & Brown, S.A. (2003). Neural Response to Alcohol Stimuli in Adolescents with Alcohol Use Disorder. *Archives of General Psychiatry* 60 (7), 727-735.
8. Ellickson, P.L., Tucker, J.S. & Klein, D.J. (2003). Ten Year Prospective Study of Public Health Problems Associated with Early Drinking. *Pediatrics* 111 (5), 949- 955.
9. Wagenaar, A.C. (1983). *Alcohol, Young Drivers, and Traffic Accidents*. Lexington Books, Lexington, Massachusetts.
10. Dumouchel, W., Williams, A.F. & Zador, P.L. (1987). Raising the Alcohol Purchase Age. *Journal of Legal Studies* 16, 249-266.
11. George, W.H., Crowe, L.C., Abwender, D. & Skinner, J.B. (1989). Effects of Raising the Drinking Age to 21 Years in New York State on Self-Reported Consumption by College Students. *Journal of Applied Social Psychology* 19, 623-635.
12. O'Malley, P. & Wagenaar, A.C. (1991). Effects of Minimum Age Laws on Alcohol Use, Related Behaviors, and Traffic Crash Involvement among American Youth 1976-1987. *Journal of studies on Alcohol* 52, 478-491.
13. Flay, B.R. (1993). Youth Tobacco Use: Risks, Patterns, and Control. In: Slade, J. & Orleans, C.T., eds. *Nicotine Addiction. Principles and Management*. New York: Oxford University Press, 365-384.
14. Robinson, L.A., Klesges, R.C., Zbikowski, S.M. & Glaser, R. (1997). Predictors of Risk for Different Stages of Adolescent Smoking in a Biracial Sample. *Journal of Consulting & Clinical Psychology* 65, 653-662.
15. Swan, A.V., Creeser, R. & Murray, M. (1990). When and Why Children First Start to Smoke. *International Journal of Epidemiology* 19, 323-330.
16. Gosselt, J.F., Van Hoof, J.J., De Jong, M.D.T., & Prinsen, S. (2007). Mystery shopping and alcohol sales: do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers? *Journal of Adolescent Health*, 41(3), 302-308.
17. Wagenaar, A.C., Toomey, T.L. & Erickson, D.J. (2005). Complying With the Minimum Drinking Age: Effects of Enforcement and Training interventions. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 29, 2, 255-262

Utrecht/Enschede, december 2011

Fieke Franken
Jim Krokke
Joris van Hoof

