



Alcohol en Jongeren in Noord-Veluwe Nalevingsonderzoek

FIEKE FRANKEN
JORDY GOSSELT
JIM KROKKÉ

In deze factsheet worden de resultaten van het nalevingsonderzoek in de Regio Noord-Veluwe beschreven. De regio bestaat uit 6 gemeenten: gemeente Elburg, gemeente Ermelo, gemeente Harderwijk, gemeente Nunspeet, gemeente Oldebroek en gemeente Putten.

In mei 2011 zijn 100 'normale' verkooppunten bezocht en daarnaast zijn 12 hotspots twee keer bezocht, een totaal van 124 bezoeken. 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.

Op basis van mysteryshopping met 15-jarige jongeren is vastgesteld dat bij 'normale' verkooppunten bij 28% van de aankoopogingen de verkoper de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol correct naleeft. Bij 35 van de 100 aankoopogingen (35%) vraagt de verkoper naar de leeftijd, de ID van jongeren, of naar beide. Na deze correcte interventie van de verkoper wordt echter in 11 van de 35 gevallen alsnog alcohol verkocht aan 15-jarige jongeren (31%).

Op basis van mysteryshopping bezoeken met 15-jarige jongeren is vastgesteld dat bij hotspots bij 6 van de 24 aankoopogingen (25%) de verkoper de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol correct naleeft. Bij 7 van de 24 aankoopogingen bij hotspots vraagt de verkoper naar de ID van jongeren, of naar leeftijd én ID. Deze correcte interventie resulteert altijd in een correcte naleving.

Wanneer de resultaten van de 'normale' verkooppunten en de hotspots worden gecombineerd is de gemiddelde naleving van de wettelijke leeftijdsgrens in Regio Noord-Veluwe 27% en wordt er in 34% van de aankoopogingen naar de leeftijd, de ID of beide gevraagd. Om de naleving van de leeftijdsgrenzen in de Regio Noord-Veluwe te verbeteren moeten de regionale controles worden geïntensiveerd en moet vaker door verkoper naar de ID én leeftijd worden gevraagd.

Alcoholgebruik door jongeren: prevalentie en gevolgen

Het alcoholgebruik van Nederlandse jongeren wordt gekarakteriseerd door de termen te veel, te vaak en te vroeg. 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 veertiende jaar; één op de zes jongeren in de leeftijd van 12 tot 18 heeft al voor zijn elfde een eerste glas alcohol gedronken. Van de jongeren tussen 12 en 17 jaar drinkt 51% regelmatig alcohol. Op de leeftijd van 16 jaar drinkt bijna de helft van de jongeren meer dan 5 glazen alcohol in een weekend en 18 procent 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 periode¹.

Ook in de Regio Noord-Veluwe drinken tieners van 13 tot 16 jaar te veel. Uit onderzoek (2008) van de GGD Gelre-IJssel blijkt dat:

- 62 % van deze tieners aangeeft ooit alcohol te hebben gedronken
- 49 % zegt regelmatig alcohol te gebruiken;
- 32 % van de tieners die regelmatig drinken zegt dat ze zogenaamde 'binge-drinkers' zijn.

Van de jongeren die zeggen te drinken als ze uitgaan, drinkt 50 procent van te voren (meestal thuis of bij vrienden) in. Volgens de tieners vinden hun ouders het goed dat ze alcohol drinken².

Overmatig alcoholgebruik door jongeren kan diverse vormen van maatschappelijke overlast tot gevolg hebben. Het alcoholgebruik verhoogt het risico op verkeersongelukken³, betrokkenheid bij vechtpartijen⁴, valpartijen⁵, onveilig vrijen⁶ en alcoholvergiftigingen⁷. 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 leiden⁸. Jongeren die veel alcohol drinken presteren bijvoorbeeld slechter op geheugentesten dan niet-drinkers. Ook wordt de kans op alcoholverslaving vergroot als kinderen voor hun 15e jaar beginnen met het drinken van alcohol⁹.

Achtergrond

Het terugdringen van het alcoholgebruik onder jongeren is een uitdaging waar wetenschappers, politici en beleidsmakers voor staan. Wetenschappelijk onderzoek is 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. Zo nam in de Verenigde Staten in de jaren zeventig het alcoholgebruik toe, nadat de minimale drinkleeftijd naar beneden was bijgesteld¹⁰. 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^{11, 12, 13}. Soortgelijke resultaten werden ook gevonden in studies naar het tabakgebruik bij jongeren^{14, 15, 16} waarbij aanbodvariabelen (gepercipieerde of feitelijke toegang tot tabak) belangrijke voorspellers van roken onder jongeren bleken te zijn.

In november 2000 is de Drink- 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. Dit brengt met zich mee dat het vragen naar een geldig leeftijdsdocument bij het kopen van drank door jongeren verplicht is als niet onmiskenbaar duidelijk is dat de koper oud genoeg is. Als jongeren geen geldig leeftijdsdocument kunnen tonen, mag aan hen geen alcohol worden verkocht. Tevens bepaalt de wet dat op plaatsen waar alcoholhoudende drank wordt verstrekt, alsmede bij de toegang tot een slijtlokaliteit, dient te worden aangegeven welke leeftijdsgrenzen er gelden.

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. In nalevingsonderzoeken wordt nader gekeken wat de werkelijke naleving van de wet is.

Mysteryshoppingonderzoek: verkoop van alcohol aan jongeren onder de 16

Om de fysieke beschikbaarheid van alcohol in de Regio Noord-Veluwe vast te stellen, hebben de gemeenten een onderzoek laten instellen naar de naleving van de leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol bij verschillende typen alcoholverkooppunten in de gemeenten. Centrale vraag in het onderzoek is *welk percentage alcoholverkooppunten in de Regio Noord-Veluwe zich houdt 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 de 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 een weekend in mei 2011 zijn er 100 aankoopogingen gedaan bij supermarkten, slijterijen, cafés, cafetaria's, sportkantines en een jeugdcentrum (zie tabel 1) en daarnaast zijn 12 hotspots twee keer bezocht. Elk team bestond uit twee onderzoekers, één jongen van 15 jaar en één meisje van 15 jaar.



Tabel 1: Overzicht van de aankoopogingen per gemeente.

	Elburg	Ermelo	Harderwijk	Nunspeet	Oldebroek	Putten	Totaal
Supermarkten	2	4	6	4	1	5	22
Slijterijen	1	3	5	2	1	2	14
Cafetaria	3	3	6	3	3	3	21
Café	3	2	7	3	1	3	19
Jeugdcentrum	0	0	1	0	0	0	1
Sportkantine	3	4	3	4	2	7	23
Totaal	12	16	28	16	8	20	100

Voorafgaand aan de bezoeken is een route gepland. Welke 'normale' verkooppunten werden bezocht, werd willekeurig gekozen, met eventuele praktische beperkingen, zoals entreeomogelijkheden, realistische aankoopssituatie en ligging. Zo is het niet realistisch om een jongere drank te laten kopen in een lege sportkantine. De hotspots zijn mede door de regio bepaald.

De onderzoeksmethode 'mysteryshopping' is een wetenschappelijk aanvaarde onderzoeksmethode die zeer betrouwbare gegevens oplevert over de naleving van de leeftijdsgrenzen en veelvuldig gebruikt wordt in binnen- en buitenland. De methode van onderzoek is grotendeels gebaseerd op het protocol zoals ontwikkeld door Gosselt, Van Hoof, De Jong en Prinsen (2007) ¹⁷.

Verkooppunten

In het onderzoek zijn alleen alcoholverkooppunten meegenomen waarvan het aannemelijk het is dat jongeren daar normaal gesproken alcohol kopen en waar mysteryshoppers een aankoopoging kunnen doen zonder uit de toon te vallen. Dit betekent dat horecagelegenheden als hotels en restaurants, verzorgingscentra en een aantal sportkantines niet in de selectie opgenomen zijn. De Regio Noord-Veluwe heeft informatie aangeleverd voor de selectie. De hotspots werden twee keer bezocht, 1 keer door een 15-jarige jongen en 1 keer door een 15-jarig meisje, om zo de consistentie in naleving per type verkooppunt te kunnen bepalen. Tijdens de bezoeken hebben de twee mysteryshoppers binnen een verkooppunt (indien mogelijk) geprobeerd alcohol bij een andere verkoper aan te schaffen. Dat kan in een grote supermarkt op 1 dag plaatsvinden, bij verschillende kassa's. Bij kleine verkooppunten zijn de bezoeken over 2 dagen gespreid. Op deze manier wordt ook meer het beleid van het betreffende verkooppunt geanalyseerd en minder een individuele beslissing van een verkoper. Het totale aantal bezoeken dat in mei 2011 is uitgevoerd bedraagt 124 (100 + 24).

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. In het eerste deel van de factsheet worden de resultaten met betrekking tot de 'normale' verkooppunten besproken en in het tweede deel van de resultaten worden de resultaten met betrekking tot de hotspots nader uiteengezet.

Succesvolle aankoopogingen bij 'normale' verkooppunten

Zoals weergegeven in tabel 2, waren in totaal 72 van de 100 aankoopogingen succesvol (72%), waarmee de naleving neerkomt op 28%. Er zijn verschillen per type verkooppunt. In 4 gevallen werd er in sportkantines geen alcohol geschonken als gevolg van een alcoholbeleid.

Tabel 2: Percentage succesvolle aankoopogingen per soort verkooppunt.

Soort verkooppunt	Aantal bezoeken	Naleving	Naleving (%)
Supermarkten	22	7	32%
Slijterijen	14	4	29%
Cafés	19	4	21%
Cafetaria's	21	6	29%
Sportkantine	23	7*	30%
Jeugdcentrum	1	0	0%
Totaal	100	28	28%

* 4 keer geen alcohol verkocht als gevolg van alcoholbeleid.

Interventies bij 'normale' verkooppunten

Bij 35 van de 100 aankoopogingen (35%) werd door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs, of allebei gevraagd. Vooral bij supermarkten en slijterijen vond vaak een interventie plaats, zie tabel 3.

Tabel 3: Aantal interventies per soort verkooppunt

Soort verkooppunt	Aantal bezoeken	Interventies (%)
Supermarkten	22	11 (50%)
Slijterijen	14	7 (50%)
Cafés	19	6 (32%)
Cafetaria's	21	7 (33%)
Sportkantine	23	4 (17%)
Jeugdcentrum	1	0 (0%)
Totaal	100	35 (35%)

In tabel 4 staat weergegeven wat het gevolg is voor de naleving wanneer een verkoper vraagt naar leeftijd, identificatie, of naar allebei. Van de 35 keer dat een verkoper een interventie heeft gepleegd leidde deze interventie in 24 gevallen tot correcte naleving (CN); 4 keer werd er nageleefd zonder dat daar een interventie aan vooraf is gegaan.

Tabel 4: Aantal keer gevraagd naar leeftijd, identificatie (ID), allebei (Leeftijd + ID), niets gevraagd en Totaal.

	Leeftijd (CN)	ID (CN)	Leeftijd + ID (CN)	Niets gevraagd (CN)	Totaal (CN)
Supermarkten	2 (0)	5 (3)	4 (4)	11 (0)	22 (7)
Slijterijen	3 (0)	2 (2)	2 (2)	7 (0)	14 (4)
Cafés	2 (0)	3 (3)	1 (1)	13 (0)	19 (4)
Cafetaria's	1 (0)	4 (4)	2 (2)	14 (0)	21 (6)
Sportkantine	1 (0)	2 (2)	1 (1)	19 (4*)	23 (7*)
Jeugdcentrum	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)
Totaal	9 (0)	16 (14)	10 (10)	65 (4)	100 (28)

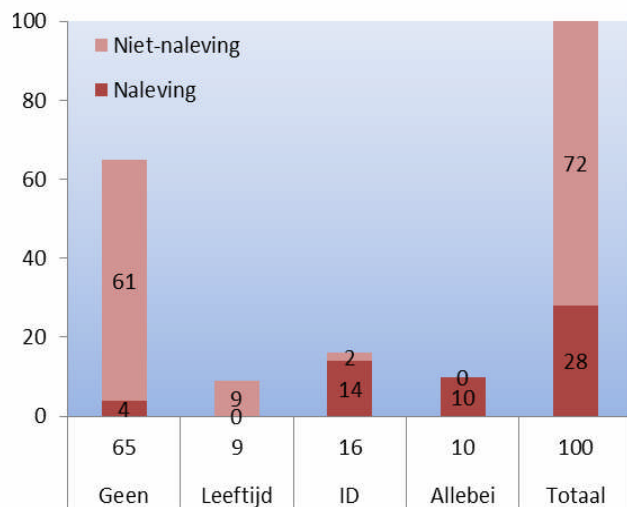
NB: Tussen haakjes staat het aantal keer dat er als gevolg van de interventie correct werd nageleefd (CN).

* 4 keer geen alcohol verkocht als gevolg van alcoholbeleid.



Correcte naleving na een interventie bij 'normale' verkooppunten

Grafiek 1: Naleving en Niet-naleving naar aanleiding van een interventie



In 65 gevallen vond er geen interventie plaats waarna toch geen alcohol kon worden gekocht bij 4 aankoopogingen. Dit was het gevolg van het gevoerde alcoholbeleid. Met alcoholbeleid wordt bedoeld op een beleid (hoofdzakelijk aanwezig in sportkantines) waarbij voor een bepaald tijdstip geen alcohol wordt geschonken, wat vaak afhankelijk is van de speeltijden van de jeugd. Er werd in totaal 9 keer naar de leeftijd van de jongere gevraagd. Dit leidde nooit tot correcte naleving. Wanneer alleen identificatie (in totaal 16

keer) werd gevraagd, dan leidde dit 14 keer tot correcte naleving; wanneer naar zowel leeftijd als identificatie (10 keer) werd gevraagd, dan was er altijd sprake van correcte naleving.

Hotspotanalyse

Hieronder worden de resultaten van de hotspotanalyse beschreven. Allereerst komt de naleving aan de orde (tabel 5). In totaal werden 12 hotspots (bestaande uit supermarkten, cafés, sportkantines en een jeugdcentrum) twee maal bezocht (t=1 en t=2). Vervolgens wordt ingegaan op het al dan niet voorkomen van interventies (leeftijd vragen en/of identificatie vragen) (tabel 7).

Uit tabel 5 wordt duidelijk dat de naleving na alle 24 bezoeken 25% bedraagt. Als voorbeeld: er zijn drie supermarkten twee keer bezocht. Bij de eerste aankoopoging heeft 1 supermarkt nageleefd, bij de tweede aankoopoging hebben twee supermarkten nageleefd. In tabel 6 staat de specifieke naleving per verkooppunt weergegeven, waarin ook staat dat in totaal drie keer werd nageleefd door supermarkten. Bij één sportkantine vond er een correcte naleving plaats als het gevolg van alcoholbeleid.

Tabel 5: 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	3/3	1	2	3 (50%)
Cafés	6/6	2	0	2 (17%)
Sportkantines	2/2	1*	0	1 (25%)
Jeugdcentrum	1/1	0	0	0 (0%)
Totaal	12/12	4	2	6 (25%)

* Geen alcohol verkocht als gevolg van alcoholbeleid.

Tabel 6: Naleving per hotspot.

	NALEVING	
	Poging 1	Poging 2
Supermarkt 1	NEE	NEE
Supermarkt 2	JA	JA
Supermarkt 3	NEE	JA
Café 1	NEE	NEE
Café 2	NEE	NEE
Café 3	JA	NEE
Café 4	JA	NEE
Café 5	NEE	NEE
Café 6	NEE	NEE
Sportkantine 1	NEE	NEE
Sportkantine 2	JA	NEE
Jeugdcentrum	NEE	NEE
Totaal	4 keer	2 keer

In tabel 7 wordt dieper ingegaan op de interventies. In totaal werd bij 5 aankoopogingen (21%) bij de hotspots een interventie gepleegd door de verkoper. Bij drie van de zes (50%) bezoeken aan de supermarkten vond er een interventie plaats.

Tabel 7: Aantal interventies per soort verkooppunt.

Soort verkooppunt	Aantal bezoeken	Interventies (%)
Supermarkten	3/3	3 (50%)
Cafés	6/6	2 (17%)
Sportkantines	2/2	0 (0%)
Jeugdcentrum	1/1	0 (0%)
Totaal	12/12	5 (21%)

In tabel 8 en 9 staat weergegeven wat het gevolg is voor de naleving wanneer een verkoper vraagt naar leeftijd, identificatie, of naar allebei in t=1 en t=2. In totaal vraagt 3 keer een verkoper naar identificatie en 2 keer naar identificatie en leeftijd (3 keer op t=1 en 2 keer op t=2). Deze interventies resulteren in alle 5 gevallen tot correcte naleving (CN). De tabellen laten ook zien dat de naleving bij de tweede poging iets lager is in vergelijking met de eerste aankoopoging.

Tabel 8: 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)
Supermarkten	0 (0)	0 (0)	1 (1)	2 (0)	3 (1)
Cafés	0 (0)	2 (2)	0 (0)	4 (0)	6 (2)
Sportkantines	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (1)	2 (1)
Jeugdcentrum	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)
Totaal	0 (0)	2 (2)	1 (1)	9 (1)	12 (4)

Tabel 9: 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)	1 (1)	1 (1)	1 (0)	3 (2)
Cafés	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (0)	6 (0)
Sportkantines	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (0)	2 (0)
Jeugdcentrum	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)
Totaal	0 (0)	1 (1)	1 (1)	10 (0)	12 (2)

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 (leeftijd en geslacht) en de aanwezigheid van borden/en stickers met daarop de mededeling dat er geen alcohol wordt verkocht aan personen onder de wettelijke leeftijdsgrens. Al deze zaken bleken niet van invloed op het wel of niet kunnen kopen van alcohol door een jongere van 15 jaar.

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

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 Noord-Veluwe. Dit artikel luidt:

“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.”

Uit de resultaten van de ‘normale’ verkooppunten en de hotspots blijkt dat de naleving op dit moment 27% is. Van de 6 typen verkooppunten die zijn bezocht scoren de supermarkten in het gehele onderzoek het beste. Omdat maar 2 jeugdcentra zijn bezocht kunnen daar geen algemene uitspraken over worden gedaan, maar de cafés en de twee jeugdcentra hebben de laagste naleving. De jongeren konden in het onderzoek 79 keer de alcohol aanschaffen zonder een enkele vorm van interventie. In totaal werd 42 keer wel gevraagd naar leeftijd, identificatie of beide. In het geval er wel een interventie plaatsvond betekende dat vooral bij het vragen om een ID bewijs in combinatie van het vragen naar de leeftijd de naleving van de Drank- en Horecawet hoger was. Alleen vragen naar de leeftijd van de jongeren had geen positief effect.

De naleving in Regio Noord-Veluwe ligt rond het gemiddelde nalevingspercentage in Nederland (ongeveer 25%). Jongeren onder de 16 jaar kunnen in Noord-Veluwe nog steeds in ruim 70% van de aankoopogingen alcohol kopen.

Op basis van de onderzoeksresultaten adviseren we de Regio Noord-Veluwe het handhaven te intensiveren. Het meest effectieve instrument om de naleving van de wetgeving te verhogen is handhaving. De verkooppunten zouden minimaal 4 keer per jaar gecontroleerd moeten worden op de naleving van de leeftijdsgrenzen om effectief te zijn¹⁸. Wanneer goed wordt gehandhaafd daalt de kans dat in een verkooppunt alcohol wordt verkocht aan minderjarigen. Als er 3 maanden niet wordt gehandhaafd is het effect van de laatste handhavingsactie verdwenen: de kans dat een verkooppunt alcohol verkoopt aan minderjarigen is dan net zo groot als voor de laatste controle¹⁸.

Eind juni 2011 wordt waarschijnlijk een wetswijziging van de Drank- en Horecawet (DHW) aangenomen. Dit voorstel biedt nieuwe kansen voor lokaal alcoholbeleid: het toezicht van de DHW gaat vanaf 2012 naar de gemeenten toe. De gemeente heeft zelf meer kansen om de naleving van de leeftijdsgrenzen te verbeteren en actief met handhaving aan de slag te gaan. Aspecten zoals het opleidingsniveau en communicatieve vaardigheden van de handhaver, een goed adequaat vergunningenbestand en een goede integrale visie op handhaving zijn essentieel.

De controle door de verkoper van de leeftijd en de ID in jeugdcentra, sportkantines, cafés en cafetaria's moet omhoog. Dit gebeurt te weinig. Wanneer tijdens het onderzoek door de verkoper alleen naar leeftijd wordt gevraagd heeft dit geen positief effect op het verbeteren van de naleving. Het vragen naar de ID, ook in combinatie met het vragen naar leeftijd, zorgt ervoor dat de naleving verbetert. In twee aankoopogingen in supermarkten wordt alcohol verkocht nadat naar de ID is gevraagd van de mysteryshoppers. Het kan zijn dat de caissières in de supermarkten moeite hebben met het berekenen van de leeftijd aan de hand van de geboortedatum van de jongeren. Voor

supermarkten kan een omrekenmodel (van de VWA of van het CBL) een hulpmiddel zijn voor caissières om het geboortedatum om te rekenen in de leeftijd van de jongeren. Daarnaast bestaan voor onder andere supermarkten en slijterijen leeftijdscontrolesystemen waar met behulp van het inlezen van identificatie of controle op afstand de naleving kan worden verhoogd naar 100%^{19,20}.

Tijdens het onderzoek zijn 12 hotspots bezocht. Dit zijn verkooppunten waar veel jongeren komen en waar de naleving extra belangrijk is. Van de 12 hotspots zijn 7 hotspots aanwezig die twee keer niet naleven. Er is enkel één hotspot, een supermarkt, waar twee keer correct wordt nageleefd. Bij de andere vier hotspots kunnen de jongeren in de helft van de aankoopgelingen alcohol kopen. Bij alle hotspots kunnen jongeren in 75% van de aankoopgelingen alcohol kopen, wat vooral voor hotspots, veel te hoog is. De regio weet nu waar de zwakke plekken zitten, en moet een onderscheid maken tussen de verkooppunten die het wel en niet goed doen. De supermarkt die 100% naleeft moet in een positief daglicht worden gezet (via een persoonlijke brief of via de media). Voor de andere verkooppunten moet het duidelijk zijn dat ze (nog) niet goed bezig. De regio kan door de hotspots direct te benaderen of door een meeting te organiseren de hotspots informeren over het onderzoek en de resultaten en daarbij behorende aanbevelingen. Het advies is om alle verkooppunten te voorzien van handhavingsinformatie en een goed gesprek op bestuurlijk niveau kan de naleving bij deze verkooppunten doen verbeteren.

Het advies is de resultaten van de handhavingsacties structureel te 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 leegtijdsgrens voor de verkoop van alcohol. We raden de regio aan om het bestaande communicatieplan zonedig hiertoe bij te stellen.



LITERATUUR

1. Monshouwer, K., Van Dorselaer, S., Gorter, A., Verdurmen, J., Vollebergh, W. (2004). Jeugd en riskant gedrag; kerngegevens uit het peilstationsonderzoek 2003. Utrecht: Trimbos-instituut.
2. GGD Gelre-IJssel, E-MOVO, 2008
3. 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.
4. 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.
5. Harnett, R., Herring, R., Thom, B. & Kelly, M. (1999). Exploring Young Men's Drinking Using the AUDIT Questionnaire. *Alcohol and Alcoholism* 34, 672- 677.
6. Sen, G. (2002). Does Alcohol Increase the Risk of Sexual Intercourse among Adolescents? Evidence from the NLSY97. *Journal of Health Economics* 21, 1085-1093.
7. 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.
8. 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.
9. 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.
10. Wagenaar, A.C. (1983). Alcohol, Young Drivers, and Traffic Accidents. Lexington Books, Lexington, Massachusetts.
11. Dumouchel, W., Williams, A.F. & Zador, P.L. (1987). Raising the Alcohol Purchase Age. *Journal of Legal Studies* 16, 249-266.
12. 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.
13. 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.
14. 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.
15. 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.
16. Swan, A.V., Creeser, R. & Murray, M. (1990). When and Why Children First Start to Smoke. *International Journal of Epidemiology* 19, 323-330.
17. 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.
18. 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
19. 3M: leeftijdscontrole in 1 seconde, Zoeterwoude. www.3m.nl/alcoholmisbruik
20. Hollandsche Exploitatie Maatschappij, Breda. <http://hembreda.nl/nl/index.php>

Utrecht/Enschede, juni 2011

Fieke Franken
Jordy Gosselt
Jim Krokkeé



UNIVERSITEIT
TWENTE.