



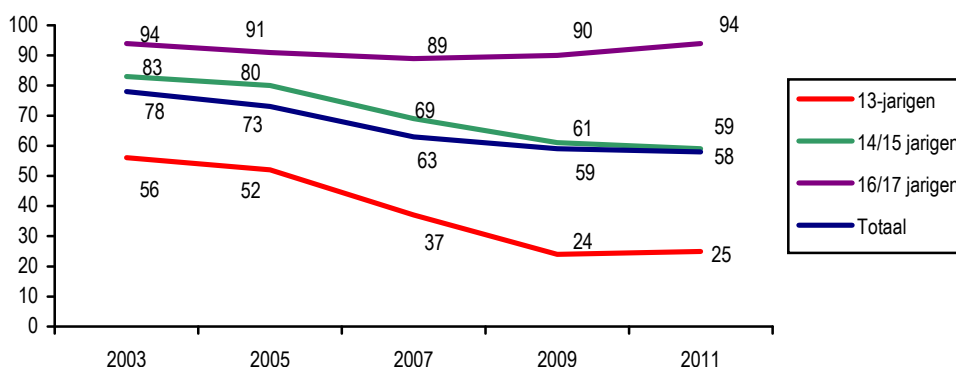
## Monitor alcoholverstreking jongeren 2011

In deze factsheet worden de belangrijkste resultaten weergegeven van de Monitor alcoholverstreking jongeren 2011. De monitor wordt in opdracht van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport vanaf 1999 tweejaarlijks uitgevoerd door onderzoeks- en adviesbureau INTRAVAL. Per meting worden ruim 3.000 jongeren en zo'n 400 ondernemers ondervraagd. In deze factsheet worden significante verschillen besproken tussen de meting van 2011 en de vorige meting van 2009. Tevens wordt een vergelijking gemaakt met het eerste jaar waarin de desbetreffende vraag is gesteld. Het volledige rapport is beschikbaar via [www.intraval.nl](http://www.intraval.nl).

### 1. Alcoholgebruik

In 2011 bedraagt het percentage jongeren dat zegt wel eens alcohol te hebben gedronken 59% (figuur 1). In 2009 lag dit percentage eveneens op 59%. Ten opzichte van de beginmeting in 2003 gaat het om een daling van 19 procentpunt. Deze daling is tevens bij de twee jongste leeftijdscategorieën geconstateerd, maar niet bij de 16/17-jarigen.

Figuur 1 Jongeren die wel eens alcohol hebben gedronken, in %

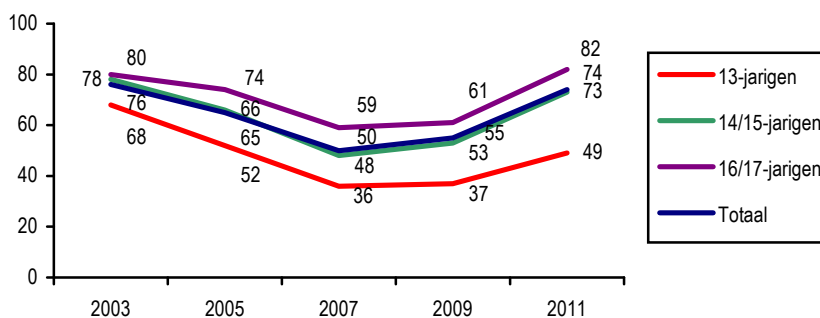


Noot: deze vraag is voor het eerst gesteld in 2003.

### Krijgen van alcohol via anderen

In 2011 geeft drie kwart (74%) van alle jongeren aan wel eens alcoholhoudende dranken van anderen te krijgen (figuur 2). Na een daling tussen 2003 en 2007 is er tussen 2007 en 2011 sprake van een toename. Vergelijken met de beginmeting in 2003 (76%) is er echter sprake van een (lichte) daling bij de twee jongste leeftijdscategorieën. De jongeren krijgen in 2011, net als in de voorgaande jaren, de alcoholhoudende dranken met name van (oudere) vrienden en in mindere mate van hun ouders.

Figuur 2 Jongeren die wel eens alcoholhoudende dranken van anderen krijgen, in %



Noot: deze vraag is voor het eerst gesteld in 2003.

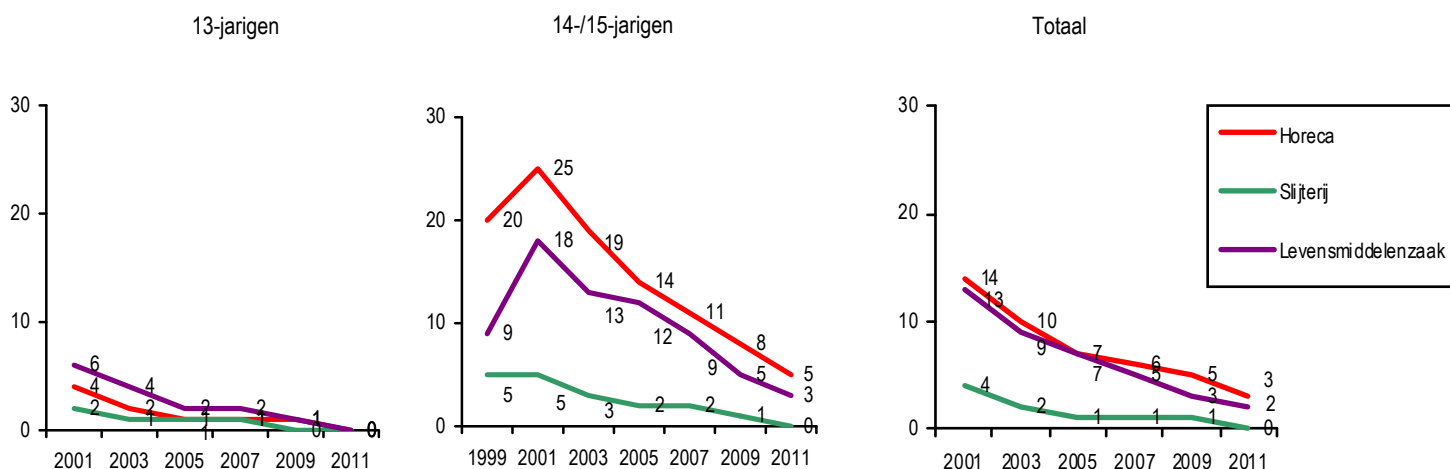
## 2. Alcohol kopen

In 2011 is gevraagd waar de jongeren alcoholhoudende dranken kopen. De jongeren geven aan hun alcoholhoudende dranken met name te kopen bij levensmiddelenzaken (76%) en cafés/discotheken (46%) en nauwelijks in sportkantines (2%) en cafetaria's (1%).

### Bestelpoging

Het aantal bestelpogingen van *zwak-alcoholhoudende dranken* in de afgelopen maand door jongeren beneden de 16 jaar ligt bij alle sectoren in 2011 lager dan in 2009 en 2001 (figuur 3). In 2011 gaf minder dan 1% van de jongeren aan zwak-alcoholhoudende drank te hebben gekocht bij een slijterij, terwijl dit percentage in 2001 nog op 4% lag. Bij de horeca en levensmiddelenzaken is het aantal bestelpogingen in 2011 ook aanzienlijk gedaald ten opzichte van de beginmeting in 2001: levensmiddelenzaken van 13% in 2001 naar 2% in 2011; horeca van 14% in 2001 naar 3% in 2011.

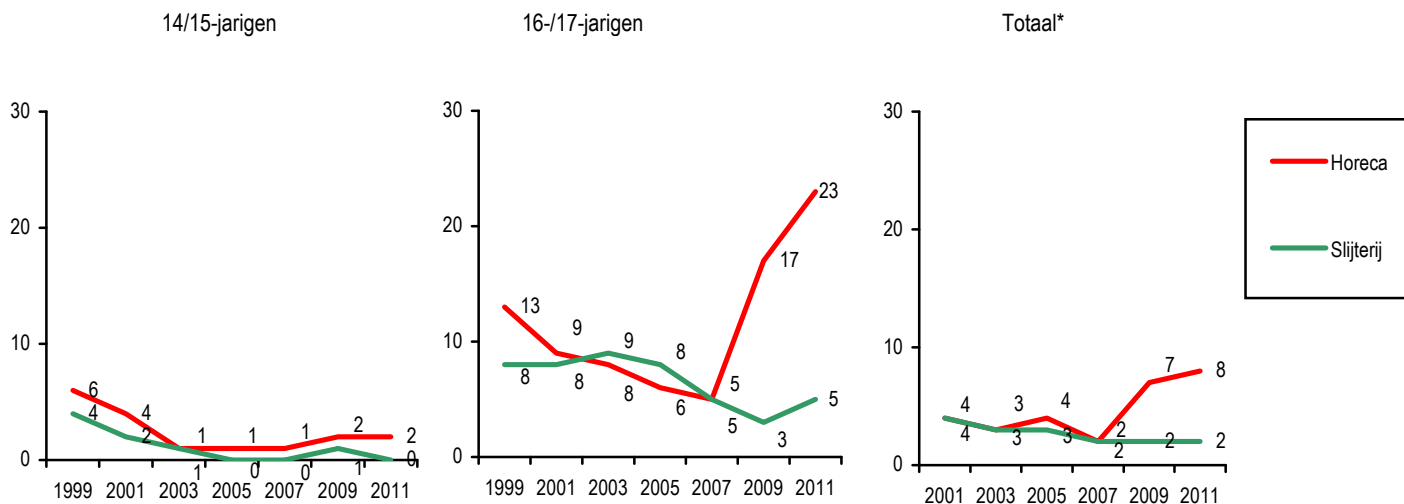
Figuur 3 Percentage jongeren dat in de afgelopen maand wel eens *zwak-alcoholhoudende dranken* heeft gekocht bij een slijterij, levensmiddelenzaak of in een horecagelegenheid, in %



Noot: deze vraag is voor het eerst gesteld in 2001 aan 13-jarigen en in 1999 aan 14/15-jarigen.

Het bestellen van *sterke drank* in horecagelegenheden laat een wat ander beeld zien. In 2011 heeft 8% van alle jongeren de sterke drank zelf besteld in een horecagelegenheid, terwijl dit in 2001 met 4% beduidend lager was (figuur 4). Deze stijging wordt veroorzaakt door de 16/17-jarigen (2001: 9%; 2011: 23%). Bij het kopen van sterke drank in slijterijen is er daarentegen in 2011 sprake van een daling bij de 16/17-jarigen ten opzichte van de beginmeting in 2001. In 2011 geeft 5% van de 16/17-jarigen aan wel eens sterke drank te kopen in een slijterij, terwijl in 2001 dit percentage nog lag op 8%. In 2009 lag dit met 3% echter nog lager.

Figuur 4 Percentage jongeren dat in de afgelopen maand wel eens *sterke drank* heeft gekocht bij een slijterij of in een horecagelegenheid, in %



\* Inclusief 13-jarigen

### Opmerkingen van de alcoholverstreker

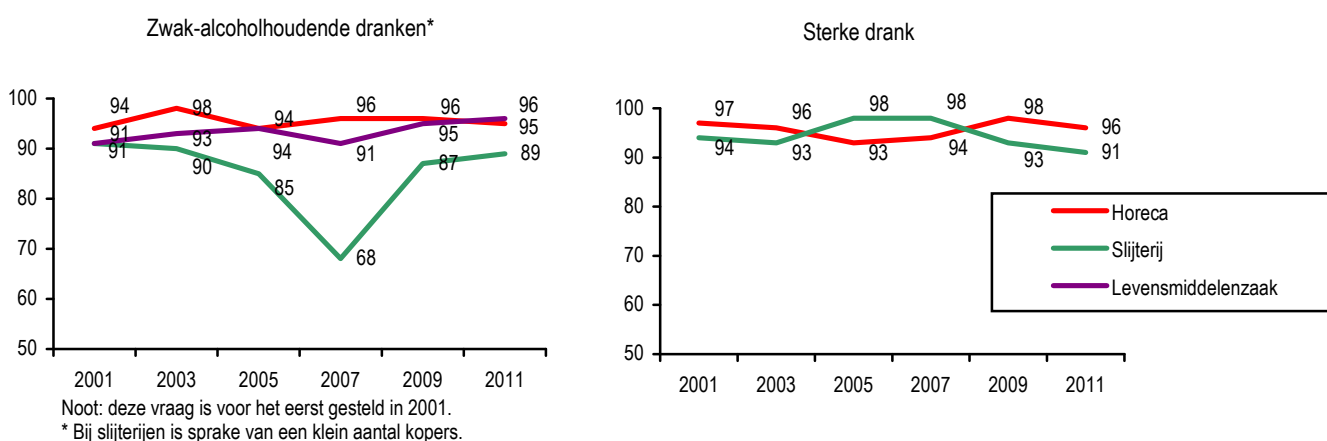
Voor de 14/15-jarigen lijkt het in 2011 moeilijker te worden om *zwak-alcoholhoudende dranken* te kunnen kopen vergeleken met de beginmeting in 1999. Bij horecagelegenheden en levensmiddelenzaken is het percentage 14/15-jarigen dat aangeeft opmerkingen van de verkoper te krijgen respectievelijk 20% en 27% in 2011 versus 6% en 8% in 1999.

Ook bij het kopen van *sterke drank* worden in 2011 vergeleken met de meting in 2009 en de beginmeting in 2003 meer opmerkingen gemaakt door verkopers in de horeca en in slijterijen. Wel geeft nog steeds een beperkt deel van de jongeren aan dat de verkoper opmerkingen heeft gemaakt over met name de leeftijd van de koper. In 2011 zegt 19% van de 14/15-jarigen dat barkeepers opmerkingen hebben gemaakt. In slijterijen maakt volgens deze leeftijdscategorie een kwart (25%) van de verkopers opmerkingen over de leeftijd. Onder de 16/17-jarigen noemt een vijfde (20%) van de jongeren dat barkeepers opmerkingen hebben gemaakt. Het maken van opmerkingen door verkopers van slijterijen wordt in 2011 door 38% van de 16/17-jarigen aangegeven.

### Slaagkans

De slaagkans, oftewel de kans dat een jongere onder 16 jaar er in slaagt om *zwak-alcoholhoudende dranken* te kopen en een jongere onder 18 jaar *sterke drank*, is onverminderd hoog (figuur 5). Dit geldt voor alle categorieën leeftijden en alle soorten ondernemingen, zowel voor *zwak-alcoholhoudende* als voor *sterke drank*. In 2011 is ten opzichte van de meting in 2009 en de beginmeting in 2001 de slaagkans rond hetzelfde, hoge niveau gebleven.

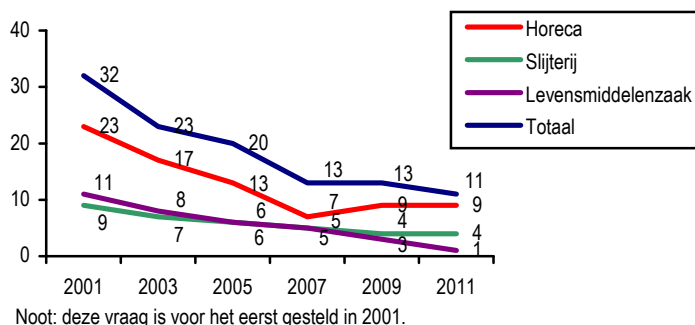
Figuur 5 Percentage jongeren onder de 16 of 18 jaar dat er in slaagt *zwak-alcoholhoudende dranken* of *sterke drank* te kopen



### Koopindex

De algemene koopindex is een samenvoeging van de bestelpoging en de slaagkans. Hierbij wordt geen onderscheid gemaakt naar het kopen van *zwak-alcoholhoudende dranken* of *sterke drank*. De dalende trend in het percentage jongeren dat probeert alcoholhoudende dranken te kopen en daarin vervolgens ook slaagt heeft zich verder voortgezet (figuur 6).

Figuur 6 Algemene koopindex, in %



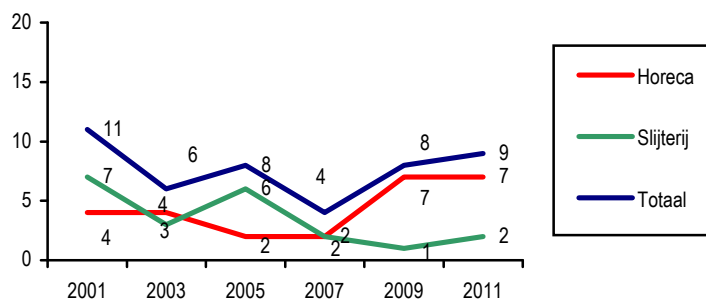
In 2011 ligt de algemene koopindex op 11%, terwijl die in het beginjaar 2001 nog op 32% en in 2009 op 13% lag. De daling komt vooral doordat jongeren minder bestelpogingen doen. Wellicht doen jongeren door de toenemende aandacht voor de gevolgen van alcoholmisbruik en de controle op de leeftijdsgrenzen door de alcoholverstrekkers, minder pogingen om alcoholhoudende dranken te bestellen c.q. te kopen. De slaagkans voor de jongeren die het (nog steeds) proberen blijft echter onverminderd hoog.

Ook bij afzonderlijke categorieën alcoholverstrekkers is er in 2011 sprake van een dalende trend ten opzichte van 2001. Zo slaagt in 2011 9% van de jongeren erin alcoholhoudende dranken te bestellen en te krijgen tijdens het

uitgaan, in het beginjaar 2001 ging het om 23%. Bij slijterijen slaagt in 2011 4% en in 2001 9% van de jongeren. Bij levensmiddelenzaken liggen deze percentages op 1% in 2011 en 11% in 2001.

De koopindex voor het bestellen en krijgen van zwakalcoholhoudende dranken is tussen 2001 en 2011 gedaald van 27% naar 4%. De koopindex voor sterke drank laat geen dalende trend zien; bij het bestellen en krijgen van sterke drank in de horeca is er zelfs sprake van een stijging van 4% in 2001 naar 7% in 2011 (figuur 7). Deze stijging is toe te schrijven aan de 16/17-jarigen.

Figuur 7 Koopindex sterke drank, in %



### 3. Alcohol verkopen

Hieronder wordt de naleving van de leeftijdsgrenzen besproken. Hierbij wordt stilgestaan bij de manier van controleren van de leeftijdsgrenzen bij de verkoop van alcoholhoudende dranken.

#### *Wijze van controleren*

De meerderheid van de alcoholverstrekkers laat, naar eigen zeggen, de jongeren hun identiteitsbewijs tonen bij het kopen van alcoholhoudende dranken. In 2011 geeft 57% van de horecagelegenheden, 88% van de slijterijen en 97% van de levensmiddelenzaken aan dat te doen. Ten opzichte van de vorige meting in 2009 doen zich weinig veranderingen voor. Bij de beginmeting in 1999 lagen de percentages beduidend lager. Toen gaf 30% van zowel de horecagelegenheden als de levensmiddelenzaken en 52% van de slijterijen aan dat zij de jongeren hun identiteitsbewijs lieten tonen.

Ten opzichte van de vorige meting in 2009 wordt er minder vaak gecontroleerd door de leeftijd in te schatten. Ten opzichte van de beginmeting in 1999 geven slijterijen en levensmiddelenzaken daarnaast aan minder vaak naar de leeftijd te vragen.

#### *Personeelsinstructies*

In 2011 geven alle respondenten van de levensmiddelenzaken aan dat zij hun personeel instructie geven over het controleren van de leeftijdsgrenzen. In 1999 was dit nog 84%. Bij de horeca en de slijters ligt dit percentage in 2011 op respectievelijk 97% en 95%. Voor de slijters geldt dat hier sprake is van een daling ten opzichte van 2009 toen het 100% was.

Tevens is gevraagd of er wordt gecontroleerd of het personeel zich aan de instructies houdt. Vooral bij levensmiddelenzaken en slijters ligt het percentage dat hierop bevestigend antwoordt in 2011 (respectievelijk 100% en 91%) hoger dan in 1999 (beide 60%). In 2011 geeft het merendeel (80%-95%) aan dat zij zelf controleren of het personeel zich ook aan de instructies houdt. Bij levensmiddelenzaken is daarnaast ook sprake van interne controle (38%) en het inzetten van mysteryshoppers (21%).

#### *Wederverstrekking*

In 2009 en 2011 is gevraagd wat men doet in het geval van wederverstrekking (het doorgeven van alcoholhoudende dranken aan een persoon die jonger is dan 16 jaar). In 2011 geven de alcoholverstrekkers aan dat ze met name de jongere onder de 16 jaar hierop aanspreken (18%-26%), terwijl in 2009 met name de wederverstrekker werd aangesproken (33%-54%).

In 2011 is tevens aan slijterijen en levensmiddelenzaken gevraagd wat men doet als een groep jongeren alcoholhoudende dranken probeert te kopen. Het merendeel van zowel de slijters (72%) als de levensmiddelenzaken (88%) geeft aan dat zij de hele groep controleren. Een vijfde (18%) van de slijters controleert alleen de koper, terwijl dit voor een tiende (9%) van de levensmiddelenzaken geldt.