

**STRENGERE WET**

Er mag geen alcohol meer worden verkocht aan jongeren onder de 16 jaar

IN DE PRAKTIJK

85 % van de 14-jarigen krijgt probleemloos een alcopop mee

GEMAKKELIJK DOELWIT

Jongeren zijn een dankbaar publiek voor marketing, vooral via internet

Jongeren krijgen op presenteerb

16-jarigen, en zelfs 14-jarigen, kunnen in ons land probleemloos aan alcohol geraken. Een strengere wetgeving is er al, nu moet die nog worden nageleefd.

Alcohol is in ons land de meest gebruikte psychoactieve stof, de meest gebruikte drug dus. Cijfers van de Vereniging voor Alcohol- en andere Drugproblemen (VAD), tonen aan dat de Belg in 2006 gemiddeld 89 liter bier, 25 liter wijn en 1,2 liter sterke drank dronk, samen goed voor zo'n 8,5 liter pure alcohol. Dit betekent dat de gemiddelde Belg wekelijks meer dan 2 liter alcoholhoudende drank tot zich nam! Afhankelijk van de bron heeft 5 à 10 % van de Belgen een alcoholprobleem.

Wetgeving strenger, gebruiker steeds jonger?

De wetgever wil paal en perk stellen aan het alcoholgebruik, vooral bij jongeren, en heeft recent de wet op de verkoop verstrengd: sinds 10 januari mag aan een jongere onder de 16 geen bier of wijn meer worden verkocht. Dit verbod was al van kracht in cafés, maar is nu uitgebreid naar (nacht)winkels. Voor sterke drank blijft de wet zoals ze was: die mag alleen aan meerderjarigen worden verkocht. De wet is meteen een stuk duidelijke.



ONS ONDERZOEK

"Mystery shoppers" op pad

Wordt de wet op de verkoop van alcohol aan minderjarigen nageleefd? Om dat te achterhalen, probeerden onze proefpersonen (14 en 16 jaar) in 83 supermarkten en 46 nachtwinkels over heel België alcohol (alcohol of fles wodka) aan te kopen. Het onderzoek vond plaats vóór de wetswijziging, maar ook toen was het al verboden voor jongeren om sterke drank aan te kopen. De resultaten in het artikel hebben betrekking op het volledige onderzoek. De tabel bevat enkel de bezochte adressen in Vlaanderen en in Brussel.

De minderjarigen kregen de opdracht om hun juiste leeftijd te zeggen en hun identiteitskaart te tonen, indien dit werd gevraagd. Als de aankoop werd geweigerd, mochten ze niet aandringen. Als de aankoop wel lukte, werd de fles alcohol meteen, ongeopend, afgegeven aan de begeleidende volwassene. Zij tekende dan de bevindingen van de jongeren op. Onze steekproef is een momentopname die geen veralgemening toelaat, maar die wel een schets van de situatie in de sector geeft.



in het schooljaar 2007-2008 aan dat 83 % van de 15-jarigen ooit al alcohol had gedronken. 33 % van de 16-jarigen zou regelmatig (wekelijks tot dagelijks) drinken. Uit een enquête uit 2004 blijkt dat van de Vlaamse 13-jarigen zelfs driekwart al alcohol had gebruikt.

Te veel onwetendheid over negatieve effecten

Algemeen gaan we nog te licht voorbij aan de schade die alcohol aan jongeren kan berokkenen. Op korte termijn gaat alcoholgebruik samen met een tragere reactiesnelheid en een toename van risicovol gedrag, zowel in het verkeer als bijvoorbeeld op vlak van seks. Op lange termijn is het risico voor jongeren nog groter: omdat hun hersenen nog in volle ontwikkeling zijn, dreigen ze blijvende schade op te lopen. Onderzoek toonde bovendien aan dat de werking van onze hersenen niet alleen negatief wordt beïnvloed door regelmatig alcoholgebruik, maar ook door overvloedig drinken dat maar af en toe plaatsvindt, zoals binge drinking.

14- en 16-jarige op zoek naar alcohol

De wettelijke bescherming van jongeren tegen alcohol kan natuurlijk maar effect hebben als die wet ook wordt nageleefd. Nog voordat de strengere wet werd goedgekeurd, gingen wij na of dit gebeurt door uitbaters van supermarkten, nachtwinkels en cafés (zie "Ons onderzoek"). 14- en 16-jarige mystery shoppers probeerden respectievelijk een Bacardi Breezer of een fles wodka vast te krijgen. De Bacardi is een zogenoemde alcohol, een mix van limonade of vruchtensap met een sterke drank, waarvan het alcoholgehalte schommelt tussen de 4 en de 8 graden. Aangezien deze mix sterke drank bevat, wordt hij doorgaans ook tot de sterke dranken gerekend.

De resultaten van de zoektocht van onze minderjarige proefpersonen zijn vrij ontstellend en weinig hoopgevend. In maar liefst 87 % was de aankoop van alcohol succesvol. En hierbij was er nauwelijks verschil tussen de proef-

n drank laadje

lijker, en dat is alleen maar toe te juichen.

De verhalen over onze losbandige jeugd zijn immers nog steeds talrijk in de media. Er wordt dan graag verwezen naar extreme fenomenen zoals binge drinking (een aanzienlijke hoeveelheid drinken op korte tijd, om snel in een roes te geraken) en comazuipepen. Dat alcoholgebruik op jonge leeftijd goed ingeburgerd is bij de Vlaamse jongeren, wordt bevestigd door allerlei onderzoeken. Zo toonde een bevraging van de VAD

In 2004 had driekwart van de 13-jarigen al eens alcohol gebruikt

REACTIES VAN WINKELIERS

"HIER, STOP DE FLES SNEL IN UW TAS"

Winkeliers die naar de leeftijd of een identiteitskaart vroegen, konden het vaak toch niet over hun hart krijgen om de aankoop te weigeren of hanteerden foute leeftijdsgrenzen.

- ◆ In twee gevallen verwees de verkoper naar de wettelijke leeftijdsgrens. Desalniettemin gaf hij de drank gewoon mee.
- ◆ In twee andere gevallen vroeg de verkoper bij de aankoop van sterke drank of de minderjarige 16 was. Toen dit bevestigd werd, gaf hij de alcohol gewoon mee, alsof 16 de wettelijke leeftijdsgrens was. Het toont aan dat de wetgeving erg onduidelijk was.
- ◆ Eenmaal zei de kassabediende dat onze mystery shopper eigenlijk te jong was, maar "dat ze de fles in haar tas moest verstoppen".
- ◆ In een ander geval vroeg de winkelier pas na betaling naar de leeftijd. Toen onze jongere te jong bleek, zat de man er een beetje mee verveeld, maar hij greep niet in.

> personen: 85 % van de 14-jarigen en 90 % van de 16-jarigen slaagde in zijn of haar missie. Meestal ging dat zelfs zonder slag of stoot; in amper 15 % van de gevallen werd gevraagd naar de identiteitskaart of de leeftijd. En van die "verantwoordelijke" winkeliers gaf 42 % de fles uiteindelijk toch mee. Er was geen verschil tussen nachtwinkels en supermarkten.

Op café: alcohol à volonté!

We stuurden daarnaast ook enkele minderjarigen op café en lieten hen daar uittesten hoe gemakkelijk ze van alcohol werden voorzien. Erg gemakkelijk, zo blijkt. In alle geteste cafés, alle tien in Brussel (Le Roy d'Espagne, Casa Manuel, La Brouette, La Rose Blanche en La Chaloupe d'Or op de Grote Markt, Le Cirio en Le Fiacre in de Beursstraat, Le Grand Café op de Anspachlaan, Café de l'Opera op het Muntplein en Café Metropole

In alle tien bezochte cafés kreeg onze 14-jarige een kriek voorgezet

ALCOHOLVERKOOP AAN MINDERJARIGEN

| Postcode | Verkooppunt | Alcopop of wodka? | Leeftijd/id gevraagd? | Aankoop geweigerd? |
|---------------------|---|-------------------|-----------------------|--------------------|
| SUPERMARKTEN | | | | |
| 1000 | Lidl, Van Arteveldestraat 26, Brussel | A | | ⊖ |
| 1050 | Delhaize, Terkamerenboslaan 120, Brussel | A | ✓ | ⊕ |
| 1080 | Delhaize, Keizer Karellaan 410, Brussel | A | | ⊖ |
| 1082 | Carrefour, Keizer Karellaan 560, Brussel | A | | ⊖ |
| 1150 | Colruyt, J. Declercqstraat 20, Brussel | A | | ⊖ |
| 1160 | Carrefour, Vorstlaan 240, Brussel | A | | ⊖ |
| 1180 | GB, Waterloosesteenweg 719, Brussel | A | | ⊖ |
| 1190 | AD Delhaize, Neerstallesteenweg 8-12, Brussel | A | ✓ | ⊕ |
| 1200 | Cora, Gemeenschappenlaan 101, Brussel | A | | ⊖ |
| 1800 | Colruyt, Mutsaertplaats 23, Vilvoorde | A | | ⊖ |
| 2000 | Delhaize City, Nationalestraat 49-52, Antwerpen | W | | ⊖ |
| 2000 | Aldi, Terninckstraat 13, Antwerpen | W | | ⊖ |
| 2018 | Colruyt, Jongelinkstraat 18, Antwerpen | W | | ⊖ |
| 2018 | Delhaize, Plantin Moretuslei 106, Antwerpen | W | | ⊖ |
| 2040 | Lidl, Slachthuislaan 76a, Antwerpen | W | ✓ | ⊖ |
| 2100 | Match, Ruggevelddaan 601-603, Deurne | W | ✓ | ⊖ |
| 2100 | Govers-Peeters, Herentalsebaan 197, Deurne | W | | ⊖ |
| 2100 | Colruyt, Herentalsebaan 55, Deurne | W | ✓ | ⊕ |
| 2150 | Carrefour, De Robianostraat 155, Borsbeek | W | | ⊖ |
| 2600 | GB, Grote Steenweg 464, Berchem | W | ✓ | ⊕ |
| 3500 | Aldi, Genkersteenweg 76, Hasselt | W | | ⊖ |
| 3500 | Carrefour, Herkenrodesingel 2, Hasselt | W | | ⊖ |
| 3500 | Colruyt, H. Van Veldekesingel 36, Hasselt | W | ✓ | ⊖ |
| 3500 | Spar, Sint-Hubertusplein 52, Hasselt | W | | ⊖ |
| 3500 | Delhaize, Luikersteenweg 109, Hasselt | W | | ⊖ |
| 3500 | AD Delhaize, St.-Truiderstwg 448, St.-Lambrechts-Herk | W | | ⊖ |
| 3511 | Carrefour, Kuringersteenweg 491, Kuringen | W | | ⊖ |
| 3511 | GB, Schampbergstraat 22, Kuringen | W | | ⊖ |
| 3530 | GB, Vredelaan 1, Houthalen | W | | ⊖ |
| 3530 | Colruyt, Grote Baan 596, Houthalen | W | ✓ | ⊖ |
| 8000 | GB Express, Mariastraat 76, Brugge | A | | ⊖ |
| 8000 | Colruyt, Veemarktstraat 1, Brugge | A | ✓ | ⊕ |
| 8000 | Delhaize, Blankenbergsesteenweg 144, Brugge | A | | ⊖ |
| 8020 | Delhaize, Kortrijksestraat 103/105, Oostkamp | A | | ⊖ |
| 8200 | GB, Gistelsesteenweg 344, Sint-Andries | A | | ⊖ |
| 8200 | Colruyt, Gistelsesteenweg 345, Sint-Andries | A | | ⊖ |
| 8200 | Delhaize, Koningin Astridlaan 97, Sint-Michiels | A | | ⊖ |
| 8310 | Carrefour, Maalsesteenweg 334, Sint-Kruis | A | | ⊖ |

ALCOHOLVERKOOP AAN MINDERJARIGEN

| Postcode | Verkooppunt | Alcopop of wodka? | Leeftijd/id gevraagd? | Aankoop geweigerd? |
|---------------------|---|-------------------|-----------------------|--------------------|
| 9000 | GB, Broederlijke - Weversplein 1, Gent | A | | ● |
| 9000 | Colruyt, Drongensesteenweg 197, Gent | A | | ● |
| 9000 | Lidl, Einde Were 126, Gent | A | | ● |
| 9031 | AD Delhaize, Vierhekkensstraat 16, Drongen | A | | ⊞ |
| 9032 | Delhaize, Botestraat 14, Wondelgem | A | ✓ | ⊞ |
| 9040 | Colruyt, Dendermondsestwg 409, St.-Amandsberg | A | | ● |
| 9041 | Carrefour, Oude Bareelstraat 85, Oostakker | A | | ● |
| 9050 | Delhaize, Driesstraat 96, Ledeberg | A | | ● |
| 9051 | Carrefour, Kortrijksesteenweg 1133, St-Denijs-Westrem | A | | ● |
| NACHTWINKELS | | | | |
| 1000 | Mini market, Adolphe Maxlaan 129, Brussel | A | | ● |
| 1000 | Shaheen Entreprise, Schildknaapstraat 19, Brussel | A | | ● |
| 1000 | Zefar Alimentation, M. Lemonnierlaan 51, Brussel | A | | ● |
| 1030 | Easy Shop, Diamantlaan 211, Brussel | A | | ● |
| 1050 | L'Entracte, Pleisterstraat/G. Gilaertlaan, Brussel | A | | ● |
| 1050 | Your Shop, Pleisterstraat, Brussel | A | ✓ | ● |
| 1140 | Biker Night, Leuvensesteenweg 944, Brussel | A | | ● |
| 2000 | Night Supermarket, Paardenmarkt 3, Antwerpen | W | | ● |
| 2060 | Night Shop, Sint-Jansplein 31, Antwerpen | W | | ● |
| 2100 | Almas, Gallifortlei 115, Deurne | W | | ● |
| 2100 | Nachtwinkel, Herentalsebaan 450, Deurne | W | | ● |
| 2170 | Day to Day, Maantjessteenweg 28, Merksem | W | | ● |
| 3500 | Khera, Ridder Portmanstraat 8, Hasselt | W | | ● |
| 3500 | Kuldeep, Hazelenlaan 15, Hasselt | W | ✓ | ⊞ |
| 3580 | Single Balber, Paalsesteenweg 11, Beringen | W | | ● |
| 3583 | Mister Night, Paal-Dorp 1, Paal | W | | ● |
| 3590 | A&G, Nieuwstraat 141b, Diepenbeek | W | | ● |
| 8000 | Padda, Hoogstraat 35, Brugge | A | | ● |
| 8000 | Euro Nachtwinkel, Philipstockstraat 37, Brugge | A | | ● |
| 8000 | Nightshop, Philipstockstraat 14, Brugge | A | | ● |
| 8000 | Kwik-E-Nightshop, Ezelstraat 3, Brugge | A | | ● |
| 8000 | Shozy Night Shop, Komvest 8, Brugge | A | | ● |
| 9000 | Night Shop, Overpoort 106, Gent | A | | ● |
| 9000 | Vice Versa, Lammerstraat 6, Gent | A | | ⊞ |
| 9000 | Dhinan, Tentoonstellingslaan 121, Gent | A | | ⊞ |
| 9000 | Laila Nightshop, Koning Albertlaan 40, Gent | A | | ● |
| 9040 | Jolly, Dendermondsestwg 247, St-Amandsberg | A | | ● |
| 9820 | Nachtwinkel, Hundelgemsestraat 708, Merelbeke | A | | ● |

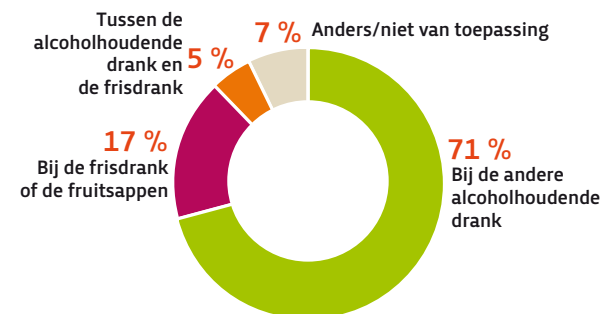
op het de Brouckèreplein) kregen het 14-jarige en het 16-jarige meisje zonder problemen een kriek voorgezet. Eénmaal werd de leeftijd gevraagd, aan het meisje van 16 dan nog.

Het eerste pintje van de nonkel

De resultaten van ons onderzoek tonen aan dat jongeren onder de 18, en zelfs onder de 16, al te gemakkelijk aan alcohol geraken. Het excuus dat tot voor kort gold, namelijk dat de wet niet streng genoeg of onduidelijk was, gaat nu niet meer op. Er moet dus gezocht worden naar andere verantwoordelijken. De winkeliers dan? Zij moeten de wet naleven en 14-jarigen niet naar buiten laten gaan met alcohol in hun hand (of verborgen in hun tas). Maar zij mogen niet als enige de zwartepiet krijgen toegeschoven.

Alcopops staan nog al te vaak tussen frisdrank en fruitsap

Plaatsing alcopops in winkels



Alcoholverbod minderjarigen aangegeven (stickers/bordjes)?



Onze proefpersonen gingen in de winkels ook na of de alcopops bij de andere alcoholhoudende drank stonden, en of de leeftijdsgrens voor alcohol was aangegeven, al is dit niet wettelijk verplicht.

Interview
Marijs Geirnaert

"Maatregelen blijven in de koelkast"

Het "nu eens dit, dan weer dat"-beleid op het gebied van alcohol heeft te weinig effect, zegt Marijs Geirnaert.



Marijs Geirnaert, directrice van de Vereniging voor Alcohol- en andere Drugproblemen

Als we sommige media moeten geloven, is er een groot probleem bij jongeren. Beginnen ze vroeger met drinken?

Ondanks het hoge cijfer van 15-jarigen die ooit alcohol dronken, merken we een kentering. Bij 12- tot 14-jarigen had in 2000 80 % ooit al alcohol gedronken. In 2008 was dat nog 62 %. Bij de groep van 15- en 16-jarigen dronk in 2000 93 %, in 2008 nog 86 %. Deze daling is dus minder opvallend. Vooral bij de heel jonge groep zien we een daling van het percentage dat drinkt, terwijl deze tendens nog niet bij de 15-jarigen is doorgedrongen. Maar dit stemt ons hoopvol, en deze cijfers betekenen zeker niet dat jongeren steeds vroeger beginnen te drinken.

Is de wet, zoals die nu is aangepast, voldoende streng?

Ik denk dat dit momenteel het enig haalbare is. In Nederland wil de overheid de grens voor alcohol op 18 jaar leggen, maar als je ziet dat 86 % van de 15- en 16-jarigen al drinkt, dan is dit niet realistisch. Of een alcoholbeleid werkt, dat hangt enorm af

van de mix van maatregelen die je tegelijkertijd invoert, zoals reclamebeperking, prijsverhoging, leeftijdsbeperking, meer preventie. Trouwens, een degelijk alcoholbeleid richt zich tot alle leeftijden. Alcohol is niet alleen een probleem van jongeren.

Ons land is in Europa een slechte leerling wat betreft alcoholbeleid. Hoe komt dat?

Er zijn maar weinig Europese landen die geen echt nationaal alcoholactieplan hebben. Bij ons is een aanzet gegeven, maar concrete maatregelen blijven helaas uit. Bijvoorbeeld dat logo van een zwangere vrouw met een streep erdoor op de etiketten: een maatregel die niets kost, maar hij is nog altijd niet goedgekeurd. Je vraagt je af of er voldoende politieke wil bestaat om tot een effectief beleid te komen.



Felle kleuren, stripfiguren op de etiketten ... Als deze drankjes (met alcoholpercentages tussen 10 en 21 %) niet bedoeld zijn om jongeren te verleiden, weten wij het ook niet meer.



Uit onderzoek blijkt immers dat de eerste ervaring met alcohol doorgaans in familiekring plaatsvindt. Kinderen die van een glas wijn of van een pintje nippen; niemand ziet er graten in.

Naarmate ze ouder worden, komen jongeren steeds vaker in contact met alcohol. Marketing en reclame spelen daarin een grote rol: evenementen worden gesponsord door merken van (sterke) drank, in de filmzaal worden spotjes voor alcohol getoond, behalve als het expliciet om een kinderfilm gaat, websites staan bol van de reclame ...

Die marketing speelt ook helemaal in op wat jongeren belangrijk vinden. Ze focust op beleving, op het avontuur, de fun, het samen zijn met vrienden en het seksueel succes, veel meer dan op de hoogwaardige bestanddelen of op de smaak van een drankje. De voorbeelden zijn legio én alom bekend: het verfijnde, humoristische imago van Martini (George Clooney, "No Martini, no party"), het stoere imago van William Lawson ("No rules, great Scotch"), het sportieve en uitgesproken mannelijke imago van Jupiler (de Jupiler Pro League, "Supporters/mannen weten waarom"), het kameraadschappelijke van Maes ("Maten, makers, Maes").

De reclame focust op beleving, op "fun", veel meer dan op smaak of op het product

Alcohol prominent aanwezig op het internet

Jongeren zijn nog het best bereikbaar in hun eigen leefwereld: het internet. Elke zichzelf respecterende drank heeft dan ook een website. En ondanks het feit dat deze sites eigenlijk niet toegankelijk mogen zijn voor minderjarigen, zijn ze vaak toch grotendeels op deze doelgroep afgestemd. Ze bevatten spelletjes, gadgets, tips om drankjes te mixen en de mogelijkheid om muziek te downloaden, in een kleurrijk en flitsend decor. Een kwart van deze websites wordt dan ook aantrekkelijker bevonden dan een gemiddelde website.

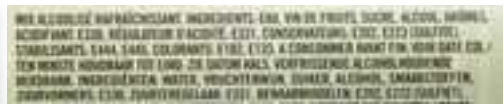
Maar soms gaat de reclame ook verder dan spelletjes. Op de website van Flügel (een mengeling van wodka met een energydrink) wordt bijvoorbeeld getoond hoe je het drankje precies moet innemen, omschreven als "the party ritual". Wetende dat reclame volgens de sectoriële code niet mag aanzetten tot ondoordacht of buitensporig gebruik, doet dit ons

toch de wenkbrauwen fronsen. Het drankje zelf wordt er gepromoot als "de ultieme socializer", terwijl de reclamecode ook zegt dat reclame niet mag suggereren dat alcoholgebruik leidt tot sociaal of seksueel succes. Anderzijds mag ze dan wel weer een aangename, gezellige sfeer oproepen ... Een dunne scheidslijn, vinden wij.

Onschadelijk en banaal?

Inmiddels is de premix, een mix van limonade of vruchtensap met sterke drank, alweer over zijn hoogtepunt heen: de verkoop daalde in 2008 met 29 %, vorig jaar nog eens met 10 %.

Maar de conclusie blijft dat jongeren te vroeg beginnen te drinken. Hiervoor de schuld leggen bij de overheid, bij de handelaars of het internet – doorgaans populair als kop van Jut -, dat zou te gemakkelijk zijn. Het probleem zit cultureel ingebed. "Ieder zijn alcohol", lijkt soms wel de leuze, en dat vanaf jonge leeftijd. Zo zijn er de kinder-



Jongeren die een Bacardi Breezer kopen voor de rum die erin zit, komen bedrogen uit. Ze moeten tegenwoordig tevreden zijn met vruchtenwijn, waarop minder accijnzen worden geheven.

De voertaal op de meeste premixen is het Engels, een taal die de jongeren veel meer aanspreekt dan het Nederlands of het Frans.



Websites van alcoholhoudende drank zijn helemaal afgestemd op jongeren

champagnes (bv. Kidibull) die de kinderen krijgen als volwassenen echte champagne of schuimwijn drinken. Het is dan ook weinig verwonderlijk dat ze alcohol later als vanzelfsprekend gaan beschouwen.

Alcohol is en blijft een drug, en wordt al te vaak gebanaliseerd. Natuurlijk mag er al eens een fles worden gekraakt, maar ook het excessieve gebruik wordt nog te veel gedoogd, zonder stil te staan bij de (bewezen) schadelijke gevolgen. Of zoals de producenten het zelf aangeven: alcohol drink je met verstand, en dus met mate. ♥

S. Bonnewyn, P. Nies en A. Van Laere

Leeftijdscheck omzeilen is kinderspel

Volgens de sectoriële code van de alcoholindustrie mag reclame voor alcoholhoudende drank niet gericht zijn op minderjarigen. Ook websites niet, en die moeten dus een zogenoemde "leeftijdscheck" plaatsen. Maar die is allernieuwst effectief ...

De leeftijdscheck vraagt van de bezoeker om zijn of haar geboortedatum in

te vullen. Aan de hand daarvan wordt dan bepaald of die toegang krijgt. Maar of de ingegeven datum wel juist is, dat kan op geen enkele manier worden gecontroleerd. Iedereen kan zich dus zo oud voordoen als hij/zij zelf wil ... Trouwens, de jongeren beseffen dit zelf ook: een Nederlandse enquête toont aan dat 78 % van de minderjarigen de leeftijdsccheck niet effectief vindt.



WIJ EISEN

Een echt alcoholbeleid

- De nieuwe wetgeving mag geen dode letter worden. Een echt alcoholbeleid, met meer controles, is noodzakelijk.
- Alcohol is een drug, waartegen vooral jongeren beschermd moeten worden. Is reclame hiervoor dan eigenlijk nog verdedigbaar?
- Etiketten zouden minstens de nodige informatie in het Nederlands en het Frans moeten bevatten.