



# Nalevingsonderzoek Doorschenken

*Nalevingsonderzoek naar  
doorschenken in de horeca en  
paracommercie in de regio  
Zuidoost-Brabant*



In opdracht van: Samenwerkingsverband regio Eindhoven (SRE)

Utrecht, april 2013



# Nalevingsonderzoek Doorschenken

Nalevingsonderzoek naar doorschenken in de horeca en paracommercie  
In de regio Zuidoost-Brabant

---

## Colofon

Auteurs: F. Franken MSc  
E. Selten MSc  
J. de Greeff Msc  
J. Mulder MSc

© Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid  
Postbus 9769  
3506 GT Utrecht  
Goeman Borgesiuslaan 77  
3515 ET Utrecht

April 2013

*Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en opdrachtgever.*



# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b> .....	<b>6</b>
<b>1. Inleiding</b> .....	<b>9</b>
1.1. Overmatig alcoholgebruik.....	10
1.2. Onderzoek naar doorschenken .....	10
<b>2. Opzet van het onderzoek</b> .....	<b>12</b>
2.1. Hoofdvraag .....	12
2.2. Subvragen .....	12
<b>3. Methode</b> .....	<b>13</b>
3.1. Achtergrond onderzoeksmethode .....	13
3.2. Huidig onderzoek.....	13
<b>4. Resultaten</b> .....	<b>16</b>
4.1. Resultaten horecagelegenheden .....	16
4.1.1. Nalevingscijfers.....	16
4.1.2. Interventies door portiers .....	16
4.1.3. Interventies door barpersoneel.....	17
4.1.4. Uitspraken van het personeel.....	18
4.1.5. Achtergrondvariabelen .....	19
4.2. Resultaten paracommerciële gelegenheden.....	20
4.2.1. Nalevingscijfers.....	20
4.2.2. Interventies door portiers .....	20
4.2.3. Interventies door barpersoneel.....	20
4.2.4. Uitspraken van het personeel.....	20
4.2.5. Achtergrondvariabelen .....	21
<b>5. Conclusie</b> .....	<b>22</b>
5.1. Horecagelegenheden .....	22
5.2. Paracommerciële gelegenheden .....	23
<b>6. Aanbevelingen</b> .....	<b>24</b>
<b>Referenties</b> .....	<b>28</b>

## Samenvatting

### Aanleiding

Met dit nalevingsonderzoek doorschenken wordt gemeten of een van de doelstellingen van het regionale alcoholproject in Zuidoost-Brabant 'Laat je niet flessen!' is behaald:

*Afname van dronkenschap in het gehele publieke domein: introductie en sanctie van de norm: dronken jongeren op straat accepteren we niet langer, evenmin als het schenken aan dronken jongeren natuurlijk onder 16 jaar, maar met name ook in de leeftijd van 16 tot 24 jaar.*

In dit onderzoek wordt nagegaan of er alcohol wordt verstrekt aan dronken jongeren in uitgaansgelegenheden en paracommerciële inrichtingen in de regio Zuidoost-Brabant. Het doorschenken en verkopen van alcoholhoudende drank aan dronken gasten, is volgens de wet verboden. Dit is in het Wetboek van Strafrecht vastgelegd. Daarnaast stelt de Drank- en Horecawet dat er geen toegang verleend mag worden aan iemand die in kennelijke staat van dronkenschap verkeert.

### Vraagstelling en methode

De regio Zuidoost-Brabant wil inzicht krijgen in de doorschenksituatie in horecagelegenheden en paracommerciële instellingen. De hoofdvraag van het onderzoek is: *Wat is de indruk van de doorschenksituatie in de regio Zuidoost-Brabant en hoe kan, indien nodig, alcoholbeleid in de regio de doorschenksituatie verbeteren?*

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden en de regio Zuidoost-Brabant advies te kunnen geven over mogelijke beleidsmaatregelen zijn vijf deelvragen opgesteld:

1. Bij hoeveel van de aankoopogingen in cafés en discotheken komen de acteurs, die zich voordoen als beschonken klanten, een verkooppunt binnen?
2. Bij hoeveel van de aankoopogingen in cafés en discotheken kunnen de acteurs, die zich voordoen als beschonken klanten, een alcoholische drank kopen?
3. Bij hoeveel van de aankoopogingen in sportkantines en jongerencentra kunnen de acteurs, die zich voordoen als beschonken klanten, een alcoholische drank kopen?
4. Welke interventies (bv. vragen naar staat van dronkenschap) plegen verkopers van alcohol?
5. Welke beleidsadviezen kunnen het voorkomen van doorschenken bij jongeren in de regio Zuidoost-Brabant verbeteren?

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen is gebruik gemaakt van de volgende methode: De twee dronken (spelende) acteurs gaan samen de gelegenheid binnen op het moment dat de onderzoeker reeds binnen is. Dit is om argwaan bij het barpersoneel te voorkomen. In cafés, discotheken en jongerencentra gaan de acteurs al dronken (spelend) naar binnen toe, zodat het voor

de eventuele aanwezige portier niet te missen is dat de acteurs dronken zijn. Bij sportverenigingen is het protocol iets aangepast, omdat geen portiers bij sportkantines aanwezig waren. De acteurs proberen, terwijl zij zich dronken voordoen, een glas bier te kopen aan de bar. Tijdens de aankoop poging wordt ter controle door de onderzoeker en de acteurs gelet op de reactie van de barmedewerker en op kenmerken van de gelegenheid die mogelijk van invloed zouden kunnen zijn op de bereidheid om alcohol te schenken. Na de aankoop poging verlaten de acteurs de gelegenheid. Vervolgens controleert de onderzoeker door middel van een informeel gesprekje of de barmedewerker door had dat de acteurs dronken waren. De onderzoeker laat hierbij vanzelfsprekend niet merken dat het om een onderzoek gaat. Vervolgens verlaat de onderzoeker ook de gelegenheid om samen met de acteurs de vragenlijst in te vullen. In totaal zijn in dit onderzoek 54 verkooppunten bezocht; 40 cafés en discotheken, 12 sportkantines en 2 jongerencentra.

## Resultaten

De resultaten van de horecagelegenheden en paracommerciële instellingen worden opgesplitst.

*Horecagelegenheden:* In totaal zijn 40 horecagelegenheden bezocht. De acteurs zijn bij 11 van de 40 bezoeken (28%) niet in staat zijn geweest een glas bier te kopen. Dit nalevingspercentage moet opgesplitst worden in twee verschillende nalevingspercentages: de naleving van het deurbeleid en de naleving van het barbeleid. Wanneer specifiek wordt gekeken naar het niet doorschenken aan de bar is de naleving 15%. Van de 34 bezoeken aan de bar, konden de acteurs in totaal 5 keer geen alcohol kopen. De andere 6 aankoop pogingen werden de acteurs geweigerd aan de deur door portiers wegens vermeend dronkenschap. Uit de reacties van het barpersoneel blijkt dat het barpersoneel over het algemeen weinig aandacht besteedt aan dronken bezoekers. Het barpersoneel had wel door dat de acteurs dronken waren, en de onderzoeker kreeg dat ook vaak te horen van het barpersoneel. Daarnaast blijkt de rol van de portiers in aantal gelegenheden belangrijk te zijn.

*Paracommerciële gelegenheden:* In totaal zijn 12 sportkantines en 2 jongerencentra bezocht. De acteurs waren in staat om bij alle 14 aankoop pogingen in sportkantines en jongerencentra alcoholhoudende drank te kopen. Dit resulteert in een nalevingspercentage van 0%. Geen portier weigerde de toegang tot het verkooppunt en geen barpersoneel weigerde alcohol te schenken.

## Conclusie

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat de nalevingspercentages voor het weigeren van klanten in kennelijke staat van dronkenschap en het weigeren van het schenken aan deze klanten in horecagelegenheden en paracommerciële gelegenheden respectievelijk 28% en 0% zijn. Wanneer alle bezoeken bij elkaar worden opgeteld, geeft dat het beeld dat in 80% van de aankoop pogingen de acteurs alcohol konden kopen in de geselecteerde verkooppunten (20% naleving). In deze percentages zijn dus het naleven van het barbeleid en het deurbeleid beide meegenomen.

Wanneer specifiek wordt gekeken naar de naleving van het verbod op doorschenken van alcoholhoudende drank aan bezoekers die in kennelijke staat van dronkenschap zijn door het

barpersoneel zijn de percentages 15% in horecagelegenheden en 0% in paracommerciële gelegenheden. Wanneer beide sectoren bij elkaar worden opgeteld komt dat neer op een gemiddelde naleving van 10% in de regio Zuidoost-Brabant. Wanneer dronken klanten aan de bar bier bestellen, krijgen ze dit in 90% van de aankoopogingen mee.

Hieruit kan de conclusie worden getrokken dat de doelstelling van het regionale alcoholproject in Zuidoost-Brabant 'Laat je niet flessen!': *'Afname van dronkenschap in het gehele publieke domein: introductie en sanctie van de norm: dronken jongeren op straat accepteren we niet langer, evenmin als het schenken aan dronken jongeren natuurlijk onder 16 jaar, maar met name ook in de leeftijd van 16 tot 24 jaar'* nog niet is behaald.

### Aanbevelingen

Voor de 21 deelnemende gemeenten van 'Laat je niet Flessen!' zijn vijf aanbevelingen opgesteld om de doortapsituatie aan te pakken:

*Aanbeveling 1:* Stel een handavingsplan doorschenken op ten behoeve van sportkantines, jeugdcentra en horecagelegenheden.

Onderdelen hiervan zijn:

- Informatie over Drank- en Horecawet voor verkooppunten
- Training toezichthouders
- Opstellen sanctiebeleid

*Aanbeveling 2:* Hanteer een deurbeleid met betrekking tot dronkenschap. Een belangrijk onderdeel van het deurbeleid is het instellen en trainen van portiers op het gebied van dronkenschap. Start met de meest belangrijke hotspots in de regio.

*Aanbeveling 3:* Investeer in projectmatige aandacht voor sportkantines. Onderzoek en informeer de sportkantines over de regels omtrent doorschenken. Koppel de resultaten van het onderzoek terug aan het sportverenigingen.

*Aanbeveling 4:* Training van het barpersoneel van de hotspots over het verbod op doorschenken. Evalueer of de belangrijkste hotspots inmiddels een bartraining hebben ontvangen. En in hoeverre deze training specifiek is ingegaan op het verbod op doorschenken. Steekproefsgewijs kunnen een aantal horecagelegenheden worden gevraagd hoe hun ervaring is geweest met de training. Een training die alleen gericht is op het doorschenken kan worden ontwikkeld en aangeboden aan de hotspots.

*Aanbeveling 5:* Herhaalmeting. Evalueer de naleving van het verbod op doortappen over 1 tot 2 jaar met exact dezelfde methode. Met deze effectmeting kan geëvalueerd worden in hoeverre de naleving is veranderd ten opzichte van het huidige onderzoek.



## 1. Inleiding

'Laat je niet flessen!' is een regionaal alcoholproject in Zuidoost-Brabant. Het project loopt sinds 2006 en heeft twee projectperiodes: 2006-2009 en 2010-2013.

De twee hoofddoelstellingen voor de periode 2010-2013 luiden als volgt:

1. Het opschuiven van de startleeftijd qua alcoholgebruik: introductie en bestendiging van de norm: onder de 16 geen alcohol.
2. Afname van dronkenschap in het gehele publieke domein: introductie en sanctie van de norm: dronken jongeren op straat accepteren we niet langer, evenmin als het schenken aan dronken jongeren natuurlijk onder 16 jaar, maar met name ook in de leeftijd van 16 tot 24 jaar.

Met dit nalevingsonderzoek doorschenken wordt gemeten of de tweede doelstelling is behaald. In dit onderzoek wordt nagegaan of er alcohol wordt verstrekt aan dronken jongeren in uitgaansgelegenheden en paracommerciële inrichtingen in de regio Zuidoost-Brabant. Het doorschenken en verkopen van alcoholhoudende drank aan dronken gasten, is volgens de wet verboden. Dit is in het Wetboek van Strafrecht vastgelegd (zie box 1). Daarnaast stelt de Drank- en Horecawet dat er geen toegang verleend mag worden aan iemand die in kennelijke staat van dronkenschap verkeert (zie box 1).

Box 1: Drank- en Horecawet, artikel 20, lid 7; Wetboek van Strafrecht, artikel 252.

*"Het is verboden in een slijtlokaliteit of horecalokaliteit of op een terras de aanwezigheid toe te laten van een persoon die in kennelijke staat van dronkenschap of kennelijk onder invloed van andere psychotrope stoffen verkeert." (DHW; artikel 20, lid 7)*

*"Met gevangenisstraf van ten hoogste negen maanden of geldboete van de derde categorie wordt gestraft: Hij die aan iemand die in kennelijke staat van dronkenschap verkeert, bedwelmende drank verkoopt of toedient." (WvS, artikel 252)*

Bij het doorschenken speelt het barpersoneel en eventueel de aanwezige portiers een grote rol. Het barpersoneel en portiers dienen in te schatten of gasten zich al of niet in kennelijke staat van dronkenschap bevinden. Op basis van deze inschatting dienen zij de gasten wel of niet toe te laten en wel of geen alcohol te schenken. In dit onderzoek hebben acteurs, die zich dronken voordeden, geprobeerd alcoholhoudende drank te kopen aan de bar bij verschillende horecagelegenheden en paracommerciële gelegenheden. Hiermee is onderzocht of de desbetreffende gelegenheden de wettelijke regels omtrent doorschenken wel of niet naleven. In totaal zijn 54 verkooppunten; 40 cafés en discotheken, 12 sportkantines en 2 jongerencentra bezocht.

## 1.1. Overmatig alcoholgebruik

Het overmatig alcoholgebruik van jongeren ontstaat mede door de (grote) beschikbaarheid van alcohol<sup>11</sup>. Het aantal verkooppunten van alcohol, de aantrekkelijkheid van alcohol, de prijs van alcohol, openingstijden en de controle op leeftijdsgrenzen en doorschenken bepalen grotendeels de beschikbaarheid<sup>11</sup>. In dit onderzoek wordt verder ingegaan op doorschenken: het verstrekken van een alcoholische drank aan iemand die reeds in een kennelijke staat van dronkenschap verkeert.

Alcoholgebruik op jonge leeftijd heeft nadelige gevolgen voor de ontwikkeling van de hersenen, leidt tot problemen op school en/of op het werk en kan uitmonden in allerlei vormen van risicogedrag, bijvoorbeeld in het verkeer<sup>1,2</sup>. Er is veel onderzoek gedaan naar de gezondheidsschade van alcohol bij jongeren. Alcohol heeft schadelijke effecten voor de ontwikkeling van de hersenen en het blijkt dat 'binge drinkers' slechter presteren in taken die te maken hebben met het geheugen zoals plannen en zelfcontrole<sup>3</sup>. Daarnaast kan alcoholgebruik leiden tot tal van ziektes zoals kanker en leverziektes<sup>4,5</sup>.

Daarnaast kan *overmatig* alcoholgebruik leiden tot agressie en geweld en andere ongewenste situaties zoals verkeersongelukken<sup>2</sup>. Uit de literatuur blijkt dat er een overtuigend verband is tussen alcoholgebruik en agressie<sup>6</sup>. Meestal gaat het hierbij om ongepland geweld dat voortkomt uit sociale interactie en conflict<sup>7</sup>. Uit de "Quicksan Uitgaansgeweld"<sup>8</sup> blijkt dat dronkenschap verreweg de meest voorkomende aanleiding is voor het ontstaan en escaleren van uitgaansgeweld. Ander Nederlands onderzoek, onder 16 tot 35 jarigen, toont aan dat er een duidelijk verband is tussen alcoholgebruik en agressie in het uitgaanscircuit<sup>9</sup>. Een Europese studie uit 2010 toont aan dat er een sterk verband is tussen frequentie van dronkenschappen van betrokkenheid bij geweld. Wanneer mannen vijf keer of vaker dronken waren dan hun leeftijdsgenoten in de laatste vier weken, waren ze twee keer zo vaak betrokken bij een gevecht, vrouwen vijf keer zo vaak<sup>10</sup>.

## 1.2. Onderzoek naar doorschenken

Naar het fenomeen doorschenken aan dronken personen is in het buitenland onderzoek verricht<sup>12-19</sup>. Uit de resultaten van een Zweeds onderzoek blijkt dat slechts in 5% van de gevallen alcohol wordt geweigerd aan personen die (doen alsof zij) dronken zijn<sup>12</sup>. Na een aantal interventies bleek het percentage weigeringen te zijn gestegen naar 47%<sup>13</sup>. Een Amerikaanse studie laat zien dat in 32% van de gevallen er geen alcohol werd geschonken aan 'dronken' klanten<sup>14</sup>.

In Nederland is minder onderzoek gedaan naar het doorschenken aan dronken klanten. Uit een landelijk 'doortaponderzoek', onder andere uitgevoerd door het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP), blijkt dat in Nederland overduidelijk dronken klanten die in de horeca een biertje bestellen dit in 96 procent van de pogingen gewoon geserveerd krijgen<sup>20</sup>. Slechts één keer werd tijdens het onderzoek de service geweigerd aan de 'dronken' acteur en één keer werd er alcoholvrij bier geserveerd. Dit 'doortaponderzoek' is uitgevoerd in 52 horecagelegenheden. Daarnaast heeft ook een aantal regionale alcoholmatigingsprojecten en grote steden een doortaponderzoek door STAP

laten uitvoeren. Hieruit bleek dat het weigeren van het schenken van een alcoholhoudende drank aan zichtbaar dronken klanten eerder een uitzondering op de regel was<sup>21, 22</sup>.

## 2. Opzet van het onderzoek

Met dit nalevingsonderzoek doorschenken wordt gemeten of de tweede projectdoelstelling van ‘Laat je niet flessen!’ is behaald. De doorschenksituatie in horecagelegenheden (cafés en discotheken) en paracommerciële gelegenheden (jongerencentra en sportkantines) in de regio Zuidoost-Brabant wordt in kaart gebracht. Hoe vaak kunnen de acteurs, die zich voordoen als dronken klant, alcohol aanschaffen? Het onderzoek geeft inzicht in hoe gemakkelijk of moeilijk jongere klanten in de regio Zuidoost-Brabant alcohol kunnen aanschaffen wanneer ze beschonken zijn.

### Hoofdvraag

*Wat is de indruk van de doorschenksituatie in de regio Zuidoost-Brabant en hoe kan, indien nodig, alcoholbeleid in de regio de doorschenksituatie verbeteren?*

### Subvragen

1. Bij hoeveel van de aankoopogingen in cafés en discotheken komen de acteurs, die zich voordoen als beschonken klanten, een verkooppunt binnen?
2. Bij hoeveel van de aankoopogingen in cafés en discotheken kunnen de acteurs, die zich voordoen als beschonken klanten, een alcoholische drank kopen?
3. Bij hoeveel van de aankoopogingen in sportkantines en jongerencentra kunnen de acteurs, die zich voordoen als beschonken klanten, een alcoholische drank kopen?
4. Welke interventies (bv. vragen naar staat van dronkenschap) plegen verkopers van alcohol?
5. Welke beleidsadviezen kunnen het voorkomen van doorschenken bij jongeren in de regio Zuidoost-Brabant verbeteren?

## 3. Methode

### 3.1. Achtergrond onderzoeksmethode

De methode van het huidige onderzoek is in 2008 getest bij 52 horecagelegenheden door het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP) en de Universiteit Twente (UT)<sup>20</sup>. In dit onderzoek zijn de te bezoeken horecagelegenheden en paracommerciële gelegenheden vooraf niet over het onderzoek geïnformeerd, om te voorkomen dat ze tijdelijk beter op de naleving van het doorschenkenverbod zouden kunnen letten. Het reeds uitgevoerde doorschenkenonderzoek is aanvaard door de Ethische Commissie van de Universiteit van Twente vanwege het publieke belang van het onderzoek, namelijk het tegengaan van de schadelijke gevolgen van het alcoholgebruik onder jongeren. Daarnaast werd de anonimiteit van de verkopers en van de verkooppunten in het onderzoek gewaarborgd, zodat er geen maatschappelijke risico's aan het onderzoek waren verbonden voor desbetreffende individuele barmedewerkers en horeca-eigenaren. Het doorschenkenonderzoek is na het testen en ontwikkelen van de methode in verschillende regio's en steden uitgevoerd (zie inleiding).

#### Keuze voor protocol

De methode van onderzoek is grotendeels gebaseerd op het protocol zoals ontwikkeld door Goverde in 2008. Goverde heeft vier protocollen, die vooraf zijn getest door deskundigen, onderzocht op betrouwbaarheid. Deze zijn:

- 1 acteur die speelt dat hij middeldronken is.
- 1 acteur die speelt dat hij heel dronken is.
- 2 acteurs die spelen dat ze middeldronken zijn.
- 2 acteurs die spelen dat ze heel dronken zijn.

Alle vier de protocollen zijn betrouwbaar bevonden, maar met het protocol van twee acteurs die zich voordoen als heel dronken werd de onderzoeksvraag van het nalevingsonderzoek doorschenken het beste getoetst. Het protocol is reeds gebruikt in meerdere onderzoeken van STAP. Om de betrouwbaarheid van de methode te controleren is tijdens de uitvoering een onderzoeker aanwezig, die na afloop bij de desbetreffende barmedewerker controleerde of diegene de acteurs als dronken had herkend. In één van de twee onderzoeken kwam het eenmaal bij de in totaal 69 bezoeken voor dat de acteurs en de onderzoeker een bezoek aan een horecagelegenheid als onbetrouwbaar rapporteerden. De aanleiding hiervoor was het commentaar van de barmedewerker. Alle overige bezoeken (68) in beide onderzoeken werden betrouwbaar bevonden.

### 3.2. Huidige onderzoek

Bij het doorschenkenonderzoek in de regio Zuidoost-Brabant is gebruik gemaakt van het protocol dat is ontwikkeld naar aanleiding van bovenstaand genoemde wetenschappelijk gevalideerde onderzoeken. In het huidige onderzoek zijn in totaal 54 verkooppunten bezocht, voornamelijk hotspots. Hotspots zijn verkooppunten waar veel jongeren komen. Er zijn 40 cafés en discotheken, 12 sportkantines en 2 jongerencentra bezocht. De cafés en discotheken zijn bezocht tijdens twee weekenden in oktober

2012 door een team van twee professionele mannelijke acteurs en één onderzoeker van STAP. Daarnaast zijn de sportkantines en jongerencentra bezocht op een vrijdagavond en op zondagmiddagen in februari en maart 2013 door een team van twee professionele mannelijke acteurs en één onderzoeker van STAP.

### Protocol

De twee dronken (spelende) acteurs gingen samen de gelegenheid binnen op het moment dat de onderzoeker reeds binnen is. Dit is om argwaan bij het barpersoneel te voorkomen. In cafés, discotheken en jongerencentra gingen de acteurs al dronken (spelend) naar binnen toe, zodat het voor de eventuele aanwezige portier niet te missen was dat de acteurs dronken waren. Bij sportverenigingen werd dit protocol niet gevolgd, omdat geen portiers bij sportkantines aanwezig waren.

De acteurs probeerden, terwijl zij zich dronken voordeden, een glas bier te kopen aan de bar. Tijdens de aankoop poging werd ter controle door de onderzoeker en de acteurs gelet op de reactie van de barmedewerker en op kenmerken van de gelegenheid die mogelijk van invloed zouden kunnen zijn op de bereidheid om alcohol te schenken. Wanneer de dronken acteurs een glas bier konden kopen, liep één van de acteurs met zijn glas bier de wc in en liet deze daar achter. De acteurs dronken geen alcohol tijdens het onderzoek. Na het bezoek aan de wc verlieten de acteurs de gelegenheid. Vervolgens controleerde de onderzoeker door middel van een informeel gesprekje of de barmedewerker door had dat de acteurs dronken waren. De onderzoeker liet hierbij vanzelfsprekend niet merken dat het om een onderzoek ging. Vervolgens verliet de onderzoeker ook de gelegenheid om samen met de acteurs de vragenlijst in te vullen. In de vragenlijst werd het geslacht en de geschatte leeftijd van de barmedewerker genoteerd, aangezien een jongere barmedewerker zijn of haar leeftijdsgenoten wellicht eerder alcohol schenkt dan een oudere barmedewerker. Van de gelegenheid zelf werd het type gelegenheid, het geschatte aantal gasten en de gemiddelde leeftijd van de bezoekers genoteerd.

### Acteurs

Voor dit onderzoek zijn vier professionele acteurs benaderd. Alle acteurs zijn man. Ze zijn 22 (2x), 24 en 25 jaar oud. Door hun leeftijd konden ze alle gelegenheden in de regio bezoeken. Daarnaast hadden de acteurs geen uitzonderlijk opvallende fysieke kenmerken zoals opvallende haardrachten of kleding, zodat ze niet extra opvielen in de bezochte uitgaansgelegenheden. Vooral bij sportverenigingen kan een bezoeker met ander accent dan het accent van de gemiddelde bezoeker van de sportkantine opvallend zijn. Daarom zijn de twee acteurs die de sportverenigingen hebben bezocht afkomstig uit de regio.

Voorafgaand aan het onderzoek zijn de acteurs getraind door een professionele regisseur. Tijdens deze training hebben de acteurs geoefend met het protocol en zijn verschillende scenario's voorbereid die in een uitgaansgelegenheid of sportkantine kunnen voorkomen. De scenario's zijn gefilmd en tussentijds teruggekeken onder begeleiding van de regisseur.

### Steekproef

De 54 horecagelegenheden en paracommerciële gelegenheden die tijdens het nalevingsonderzoek doorschijnen zijn bezocht zijn vooraf geselecteerd door de verschillende gemeenten uit de regio Zuidoost-Brabant. Het gaat om een selectie van hotspots uit de regio. Het aantal bezochte horecagelegenheden is verdeeld over de gemeenten evenredig aan het aantal inwoners per gemeente. Daarnaast zijn 14 paracommerciële instellingen bezocht. Deze 14 paracommerciële instellingen zijn aangedragen voor de gemeenten zelf (Tabel 1).

**Tabel 1. Aantal bezoeken per gemeente uit de regio Zuidoost-Brabant**

Gemeenten	Aantal bezoeken
Veldhoven	4
Oirschot	3
Best	3
Son en Breugel	1
Laarbeek	3
Eindhoven	13
Heeze-Leende	2
Valkenswaard	6
Cranendonck	2
Someren	2
Asten	1
Helmond	5
Nuenen	1
Gemert-Bakel	3
Deurne	2
Bergeijk	1
Bladel	2
Reusel de mierden	1
<b>Totaal</b>	<b>54</b>

## 4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek beschreven. In paragraaf 4.1. worden de resultaten van de horecagelegenheden (cafés en discotheken) beschreven, gevolgd door de resultaten van de paracommerciële gelegenheden (jongerencentra en sportkantines) in paragraaf 4.2. Voor beide secties geldt, dat als eerste de nalevingscijfers van de bezochte gelegenheden worden weergegeven. Vervolgens wordt ingegaan op de mogelijk gepleegde interventies door het personeel van de gelegenheden (barpersoneel en portiers). Hierbij is ook gelet op de uitspraken van het personeel. Tenslotte wordt nagegaan of achtergrondvariabelen van de gelegenheid of het personeel van invloed waren op de naleving.

### 4.1. Resultaten horecagelegenheden

#### 4.1.1 Nalevingscijfers

In totaal zijn 40 horecagelegenheden bezocht. In Tabel 2 komt naar voren dat de acteurs bij 11 van de 40 bezoeken (28%) niet in staat zijn geweest een glas bier te kopen. Dit nalevingspercentage moet opgesplitst worden in twee verschillende nalevingspercentages: de naleving van het deurbeleid en de naleving van het barbeleid. Wanneer specifiek wordt gekeken naar het niet doorschenken aan de bar is de naleving 15% (zie tabel 3).

**Tabel 2: Totale naleving doorschenken**

Aantal bezoeken	Naleving	Percentage
40	11	28%

Bij 6 van de 40 aankoopogingen werden de acteurs geweigerd aan de deur door portiers wegens vermeend dronkenschap (zie paragraaf 4.1.2). Van de 34 bezoeken aan de bar, konden de acteurs in totaal 5 keer geen alcohol kopen (naleving van 15%).

**Tabel 3: Totale naleving barbeleid**

Aantal bezoeken	Naleving	Percentage
34	5	15%

#### 4.1.2. Interventies door portiers

In deze paragraaf wordt ingegaan op de naleving van het deurbeleid. De resultaten zijn opgesplitst naar type uitgaansgelegenheid. Bij 11 van de 34 uitgaansgelegenheden stonden één of meerdere portiers voor de ingang. Bij 6 van deze gelegenheden kwamen de acteurs niet naar binnen om een aankoopoging te doen. Bij de horecagelegenheden waar een portier aanwezig was, kwamen in meer dan de helft van de aankoopogingen de acteurs niet binnen.



**Tabel 4: Naleving bij deurbeleid door de portier per type uitgaansgelegenheid**

Type uitgaansgelegenheid	Aanwezigheid portier	Naleving	Percentage
Discotheek/club	6	4	67%
Populaire kroeg	4	1	25%
Eetcafe/bar	0	0	0%
Buurtcafé	1	1	100%
<b>Totaal</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>54%</b>

#### 4.1.3. Interventies door barpersoneel

In 34 horecagelegenheden hebben de acteurs een aankoop poging aan de bar kunnen doen. De acteurs en onderzoeker hebben gekeken hoe vaak het barpersoneel een actie ondernam om geen alcohol aan de acteurs te schenken (interventie). En vervolgens is gekeken hoe vaak deze interventie ervoor zorgden dat de acteurs geen alcohol geschonken kregen (correcte naleving). De interventies zijn in te delen in vier categorieën:

- Staat dronkenschap: het barpersoneel vraagt de acteurs naar de staat van hun dronkenschap
- Alternatief: er wordt een alternatief aangeboden zoals bijvoorbeeld een frisdrank
- Vertraging service: het barpersoneel probeert het schenken van alcohol zo lang mogelijk uit te stellen
- Bedrijfsleider: de bedrijfsleider wordt erbij gehaald om te beoordelen of de gasten alcohol geschonken krijgen.

In totaal heeft het barpersoneel in 7 van de 34 uitgaansgelegenheden één of meerdere vormen van interventie toegepast toen de dronken acteurs een glas bier probeerden te bestellen (Tabel 5).

**Tabel 5: Aantal interventies door barpersoneel per type uitgaansgelegenheid**

Type uitgaansgelegenheid	Staat dronkenschap (CN)	Alternatief (CN)	Vertraging service (CN)	Bedrijfs-leider (CN)	Geen interventie (CN)	Totaal (CN)
Discotheek/club	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (0)	3 (0)
Populaire kroeg	2 (1)	2 (1)	0 (0)	1 (0)	11 (1)	16 (3)
Eetcafe/bar	1 (1)^	2 (1)*^	1 (0)*	0 (0)	3 (0)	5 (1)
Buurtcafé	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	10 (1)	10 (1)
<b>Totaal</b>	<b>3 (2)</b>	<b>4 (2)</b>	<b>1 (0)</b>	<b>1 (0)</b>	<b>27 (2)</b>	<b>34 (5)</b>

\*1 eetcafé/bar deed 2 interventies, geen naleving

^ 1 eetcafé/bar deed 2 interventies, wel naleving

In totaal heeft het barpersoneel in 5 van de 34 horecagelegenheden geweigerd bier te schenken aan de dronken acteurs (Tabel 6). Van de horecagelegenheden waar de acteurs de mogelijkheid hadden tot het bestellen van bier, leefde 15% van de horecagelegenheden de wet correct na. In 15% van de aankoopopgingen konden de acteurs geen alcohol kopen.

**Tabel 6: Naleving barbeleid per type uitgaansgelegenheid**

Type uitgaans-gelegenheid	Mogelijkheid tot bestellen en verkrijgen bij bar	Naleving	Percentage
Discotheek/club	3	0	0%
Populaire kroeg	16	3	19%
Eetcafe/bar	5	1	20%
Buurtcafé	10	1	10%
<b>Totaal</b>	<b>34</b>	<b>5</b>	<b>15%</b>

#### 4.1.4. Uitspraken van het personeel

De onderzoeker en de acteurs hebben tijdens het onderzoek de uitspraken van het personeel in de uitgaansgelegenheid genoteerd. Deze uitspraken geven een beeld van de situatie in hotspots in de regio Zuidoost-Brabant. Uit deze reacties (zie hieronder) blijkt dat het barpersoneel over het algemeen weinig aandacht besteedt aan dronken bezoekers. Het barpersoneel had wel door dat de acteurs dronken waren, en de onderzoeker kreeg dat ook vaak te horen van het barpersoneel. Daarnaast blijkt de rol van de portiers in aantal gelegenheden belangrijk te zijn.

Uit de volgende uitspraken blijkt dat het barpersoneel wel degelijk doorheeft dat de acteurs dronken zijn: *“Die gast is nu al bezopen joh”* en *“Die waren echt knetterzat”* en *“Man, wat waren die ver heen”* en *“Zeker een glaasje teveel op!”*

Daarnaast wordt veelal gelachen om de acteurs door zowel barpersoneel als andere klanten. En de acteurs en onderzoeker krijgen de indruk dat het normaal is dat klanten dronken zijn. In de gevallen dat niet correct wordt nageleefd, geeft het barpersoneel soms aan dat ze zich bewust zijn van het feit dat ze beter geen bier hadden kunnen schenken:

*“Ja, die waren echt stomlazarus, ik wilde ze eigenlijk een biertje weigeren”*

Toch schenkt het barpersoneel de acteurs in deze gevallen wel alcohol. Daarnaast is het barpersoneel soms ook bang dat dronken klanten moeilijk gaan doen als ze geen bier meer krijgen. Problemen voorkomen is voor deze barman een reden om toch bier te schenken aan dronken klanten:

*"Die gasten... ja, die waren wel bezopen ja. Ja eigenlijk moet ik dat niet doen, maar ja, je krijgt problemen als je het niet geeft. Als je het wel doet... Kijk, ik sta hier alleen, als ik nou met z'n drieën stond hier, dan zou ik het niet geven."*

Daarnaast ziet deze barman ook geen problemen in het schenken aan dronken klanten:  
*"Maar als ze al zo ver heen zijn, kunnen ze niet zoveel meer fout doen"*

Er zijn ook portiers een personeel die wel correct handelen. Sommige portiers reageren correct door de dronken acteurs niet binnen te laten:

*"Jullie komen er niet in... en je weet zelf wel waarom"* en *"O heren, dat gaan we niet doen, met hem binnen durf ik het niet aan"* en *"Jullie komen er niet in jongens, jullie zijn veel te dronken"*.

Uit een uitspraak van een barman wordt ook duidelijk dat het barpersoneel in sommige gelegenheden ook verwachten dat de portiers de dronken klanten buiten laten staan en de voorselectie maken:

*"De portier moet dat gewoon inschatten, straks wordt het druk en dan wordt het zo vervelend als ze er nu al zo bij lopen"*

Toch schenkt deze barman vervolgens wel bier aan de acteurs.

In de gevallen dat correct wordt nageleefd, vertelt het barpersoneel aan de acteurs dat ze geen bier meer krijgen. Ze noemen daarbij ook de reden, waardoor het een duidelijke boodschap is voor de dronken acteurs.

*"Heb je er een paar te veel op? Van mij krijg je geen bier meer"* en *"Je krijgt geen bier meer, volgens mij heb je genoeg gedronken. Je kan wel een Ice-Tea krijgen"* en *"Misschien moeten jullie een andere keer terugkomen, want in deze staat kan ik jullie geen bier geven"*

#### **4.1.5. Achtergrondvariabelen**

Tijdens het onderzoek hebben de acteurs en de onderzoeker in de gelegenheid gelet op variabelen die eventueel van invloed zouden kunnen zijn op het wel of niet schenken van alcohol. Hierbij is aandacht besteed aan het aantal gasten in de gelegenheid, de leeftijd van deze gasten, het type gelegenheid en de leeftijd en het geslacht van de barmedewerker. Uit regressieanalyses blijkt dat deze achtergrondvariabelen geen invloed hebben gehad op het slagingspercentage van de aankoop pogingen. Dit is echter een logisch gevolg van de constatering dat wanneer de acteurs geweigerd zijn, dit al aan de deur gebeurde en er dus geen aankoop poging plaatsvond.

Er kunnen geen uitspraken worden gedaan over verschillen in resultaten tussen gemeenten. Het aantal bezochte verkooppunten per gemeenten is te klein om een vergelijking te kunnen maken.

## 4.2 Resultaten paracommerciële gelegenheden

In deze paragraaf wordt ingegaan op de naleving van de paracommerciële gelegenheden. In totaal zijn 12 sportkantines en 2 jongerencentra bezocht.

### 4.2.1. Nalevingscijfers

De acteurs waren in staat om bij alle 14 aankoopogingen in sportkantines en jongerencentra alcoholhoudende drank te kopen. Dit resulteert in een nalevingspercentage van 0% (tabel 7). Geen portier weigerde de toegang tot het verkooppunt en geen barpersoneel weigerde alcohol te schenken.

Tabel 7: Naleving paracommerciële instellingen

Aantal bezoeken	Naleving	Percentage
14	0	0%

### 4.2.2. Interventies door portiers

Bij één jongerencentrum stonden portiers voor de ingang. De portiers pleegden geen interventie en acteurs konden bij dit jongerencentrum naar binnen om een aankoopoging te doen. Bij sportkantines stonden geen portiers voor de ingang.

### 4.2.3. Interventies door barpersoneel

Bij ieder verkooppunt is door de onderzoekers en acteurs genoteerd of er een interventie werd toegepast door het personeel. Deze interventies zijn bijvoorbeeld: vragen naar de staat van dronkenschap, een alcoholvrij drankje voorstellen en de bedrijfsleider erbij halen. Het barpersoneel heeft bij geen enkele paracommerciële gelegenheid een vorm van interventie toegepast toen de acteurs een glas bier probeerden te bestellen. In alle gelegenheden kregen de acteurs, zonder enig commentaar, de alcohol geschonken.

### 4.2.4. Uitspraken van het personeel

De onderzoeker en de acteurs hebben tijdens het onderzoek de uitspraken van het personeel van de paracommerciële gelegenheden genoteerd. Deze uitspraken geven een beeld van de situatie in hotspots in de regio Zuidoost-Brabant. Uit deze reacties (zie hieronder) blijkt dat het barpersoneel zich wel bewust is van het feit dat de acteurs dronken zijn.

Op de vraag van de onderzoeker aan het barpersoneel of ze die dronken jongens hadden gezien, wordt bevestigend geantwoord: *“Ja, die waren behoorlijk van de wereld”* en *“Die waren echt kei zat, zag je dat, die ene kon helemaal niet meer recht lopen!”* en *“Nou, die hadden er al best veel op”*

Sommige barmedewerkers vinden het dronken gedrag zelfs grappig en moeten hardop lachen om het dronken gedrag: *“Je hebt zeker al teveel spraakwater gehad!”* en *“Pas jij maar op dat je niet van je kruk valt!”*

De meeste barmedewerkers kijken argwanend naar de dronken acteurs, maar schenken vervolgens toch zonder aarzelen bier. De barmedewerkers geven naderhand aan dat ze wel in de gaten hadden dat de acteurs te veel hadden gedronken. Twee opvallende resultaten zijn dat in één sportkantine de barman zelf bier staat te drinken achter de bar. In een andere sportkantine krijgt de dronken acteur zelfs nog een extra glas gratis bier, omdat dit toevallig over is.

Bij twee van de sportkantines krijgt de onderzoeker de indruk dat de barmedewerker pas na het schenken van de alcohol gaan twijfelen over hun handeling. Eén van de barmedewerkers vertelt nadat de acteurs de sportkantine verlieten: *“Ja, ik wist het ook niet. Toen ik het bier gegeven had, twijfelde ik of ik het wel had moeten geven”.*

Bij een andere sportkantine ziet de onderzoeker dat het barpersoneel het schenken van het bier aan de dronken klanten niet lekker zit. De onderzoeker ziet de barman twijfelen, maar schenkt het wel. Als de onderzoeker oppert dat de barmedewerker beter water had kunnen geven zegt deze:

*“Ja misschien wel, ik wist ook niet wat ik ermee aan moest”*

Een barmedewerker in een andere sportkantine geeft een zelfbedachte ‘reden’ waarom hij de acteurs alcohol schenkt: *“Weet je wat het is? Sommigen worden vervelend, maar deze jongens zijn gewoon gezellig”*

Op de vraag van de onderzoeker of de barmedewerker de acteurs beter water had kunnen geven, wordt soms bevestigend geantwoord met een kort ‘ja’. Dit wordt bijna altijd gevolgd door een kort lachje, zodat de onderzoeker niet de indruk heeft dat ze ook daadwerkelijk spijt hebben van het bier schenken. Vaak worden naar aanleiding van deze vraag ook de schouders opgehaald door de barmedewerker en gaat deze snel door met zijn of haar werk.

#### **4.2.5. Achtergrondvariabelen**

Tijdens het onderzoek hebben de acteurs en de onderzoeker in de paracommerciële gelegenheden gelet op variabelen die eventueel van invloed zouden kunnen zijn op het wel of niet schenken van alcohol. Hierbij is aandacht besteed aan het aantal gasten in de gelegenheid, de leeftijd van deze gasten, en de leeftijd en het geslacht van de barmedewerker. Omdat bij alle gelegenheden alcohol verkocht werd aan de dronken acteurs, kan niet geanalyseerd worden of de achtergrondvariabelen invloed hebben gehad op het slagingspercentage van de aankoop pogingen.

## 5. Conclusie

Het huidige onderzoek is opgezet om na te gaan of horecagelegenheden en paracommerciële gelegenheden in de regio Zuidoost-Brabant zich houden aan het Wetboek van Strafrecht (artikel. 252) aangaande het verbod op doorschenken van alcoholhoudende drank aan bezoekers die in kennelijke staat van dronkenschap zijn. Daarnaast wordt getest of de gelegenheden in de regio Zuidoost-Brabant zich houden aan de Drank- en Horecawet, specifiek artikel 20, lid 7: klanten die zichtbaar onder invloed van alcohol verkeren, mogen niet worden toegelaten tot een horecagelegenheid.

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat de nalevingspercentages voor het weigeren van klanten in kennelijke staat van dronkenschap en het weigeren van het schenken aan deze klanten in horecagelegenheden en paracommerciële gelegenheden respectievelijk 28% en 0% zijn. Wanneer alle bezoeken bij elkaar worden opgeteld, geeft dat het beeld dat in 80% van de aankoopogingen de acteurs alcohol konden kopen in de geselecteerde verkooppunten (20% naleving). In deze percentages zijn dus het naleven van het barbeleid en het deurbeleid beide meegenomen.

Wanneer specifiek wordt gekeken naar de naleving van het verbod op doorschenken van alcoholhoudende drank aan bezoekers die in kennelijke staat van dronkenschap zijn door het barpersoneel, zijn de percentages 15% in horecagelegenheden en 0% in paracommerciële gelegenheden. Wanneer beide sectoren bij elkaar worden opgeteld komt dat neer op een gemiddelde naleving van 10% in de regio Zuidoost-Brabant. Wanneer dronken klanten aan de bar bier bestellen, krijgen ze dit in 90% van de aankoopogingen mee.

Hieruit kan de conclusie worden getrokken dat de doelstelling van het regionale alcoholproject in Zuidoost-Brabant 'Laat je niet flessen!': *'Afname van dronkenschap in het gehele publieke domein: introductie en sanctie van de norm: dronken jongeren op straat accepteren we niet langer, evenmin als het schenken aan dronken jongeren natuurlijk onder 16 jaar, maar met name ook in de leeftijd van 16 tot 24 jaar'* nog niet is behaald.

Op basis van de reacties van het barpersoneel kan geconcludeerd worden dat zij de acteurs als dronken herkenden, maar dit vaak niet als reden zagen om geen alcohol te schenken. Het barpersoneel vond het dronken gedrag vaak grappig. De meeste barmedewerkers schonken zonder aarzelen bier. Een aantal barmedewerkers schonk geen bier en vertelde de acteurs dat de reden daarvoor hun dronkenschap was. Sommige barmedewerkers waren zich wel bewust van het feit dat ze geen alcohol mochten schenken aan dronken klanten, maar deden dit toch. Soms werden hiervoor redenen gegeven, zoals dat ze dachten dat de acteurs geen problemen zouden opleveren. Eén barmedewerker gaf aan dat hij alcohol schonk omdat hij bang was dat hij hierover ruzie zou krijgen met de acteurs.

### 5.1 Horecagelegenheden

Er is een aantal verschillen gevonden tussen de verschillende type verkooppunten. Bij de discotheken/clubs stonden relatief het meeste portiers aan de deur, en werden de acteurs ook het

vaakst geweigerd van het totaal aantal bezoeken. Bij de discotheken en clubs konden de dronken acteurs, als ze binnen waren, aan de bar gemakkelijk alcohol kopen. Bij dit type horecagelegenheid was de naleving aan de bar 0%.

Bij de populaire kroegen en (eet) cafés werden de meeste interventies gepleegd en was de naleving aan de bar ook hoger dan bij de buurtcafés en discotheken.

## 5.2. Paracommerciële gelegenheden

Omdat de acteurs in alle paracommerciële gelegenheden alcohol geschonken kregen zijn er geen verschillen gevonden tussen jeugdcentra en sportkantines. Ook is er geen verschil gevonden tussen de verschillende type sportverenigingen. In de steekproef zijn alleen hockey en voetbalverenigingen meegenomen omdat de gemeenten deze hebben aangereikt als hotspot.

## 6. Aanbevelingen

In de regio Zuidoost-Brabant wordt de wet die doorschenken verbiedt slecht nageleefd. Wanneer het doorschenken aan jongeren wordt aangepakt zal de gezondheidsschade en de overlast in de kroeg en op straat verminderen. In dit hoofdstuk zullen we ingaan op de aanbevelingen die we geven om de situatie in de regio te verbeteren: het anti-doortapbeleid. De aanbevelingen zijn gebaseerd op wetenschappelijke kennis en praktijkervaring.

We adviseren de aanbevelingen regionaal op te pakken. Daarnaast dienen de 21 gemeenten, die onderdeel zijn van het project 'Laat je niet flessen!', de adviezen in het lokale beleid te implementeren.

### **Aanbeveling 1: Stel een handavingsplan doorschenken op ten behoeve van sportkantines, jeugdcentra en horecagelegenheden**

Het meest effectieve instrument om de naleving van de wetgeving te verbeteren, is frequente handhaving. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (nVWA) zal de controle op de naleving van de leeftijdsgrenzen tot 2013 uitvoeren. Vanaf januari 2013 draagt de gemeente zelf de verantwoordelijkheid voor het toezicht op de Drank- en Horecawet. Essentieel is het ontwikkelen van een integraal handavingsplan voor de hotspots waarin de focus wordt gelegd op sportkantines en horeca. Een handavingspilot kan worden opgezet die mede gebaseerd is op ervaringen uit Zweden. De reden daarvan is dat in Nederland feitelijk nog geen ervaring is opgedaan met het handhaven van het doortapverbod, ondanks het feit dat ook uit twee andere onderzoeken<sup>21, 22</sup> gebleken dat doortappen aan dronken klanten in de horeca en sportkantines meer regel is dan uitzondering. Dat een doelgerichte aanpak van het doortappen kan werken blijkt uit het voorbeeld van de stad Stockholm in Zweden<sup>23</sup>. In Box 2 wordt uitleg gegeven over de aanpak in Stockholm. Op basis van deze ervaringen kan een voor Nederland unieke handavingspilot worden opgezet.

Actiepunt: ontwikkel een integraal handavingsplan voor de hotspots. Onderdelen hiervan zijn:

- Informatie over Drank- en Horecawet voor verkooppunten
- Training toezichhouders
- Opstellen sanctiebeleid

### **Aanbeveling 2: Hanteer een deurbeleid met betrekking tot dronkenschap**

Een opvallend goed resultaat uit het onderzoek is het feit dat het bij veel horecabedrijven in de regio Zuidoost-Brabant vrijwillige ingestelde vigerende deurbeleid omtrent dronkenschap indirect een effectieve bijdrage levert aan de handhaving van het wettelijke verbod op doorschenken: bij 11 aankoopogingen door 15-jarigen waar een portier aan de deur stond die een deurbeleid hanteerde, kwamen de jongeren 6 keer niet binnen.

De aanbeveling luidt dan ook dat de gemeenten het huidige deurbeleid omarmt en desgewenst op grotere schaal afdwingt door voorwaarden hieromtrent op te nemen in de Drank- en



Horecaverordening. Daarnaast is het van belang om de portiers beter te instrueren om geen bezoekers toe te laten die dronken zijn.

### **Box 2: De integrale aanpak in Stockholm**

De Zweedse aanpak werkt vanwege de preventieve focus van het beleid. Hierdoor kan men in de praktijk zich sterk richten op het voorkomen van allerlei alcoholgerelateerde problemen waaronder overmatig alcoholgebruik als gevolg van doorschenken aan dronken klanten. Deze aanpak is uitgevoerd en geëvalueerd in Stockholm. Het beleid is daardoor niet alleen effectief maar het kent in de samenleving een groot draagvlak, zowel bij de burgers als bij de alcoholverstrekkers. De politie heeft haar huidige werkwijze, die gebaseerd is op het zogenaamde Kronoberg model (K-model), enkele jaren geleden als pilot getest. De verschillende begeleidende studies toonden goede resultaten. Daarnaast heeft men goed inzicht kunnen bieden in wat de financiële opbrengsten zijn van deze vorm van preventie. Het bleek dat voor elke geïnvesteerde kroon, 40 kronen werden terugverdiend vanwege de vermindering van de maatschappelijk kosten gerelateerd aan alcoholgebruik. Door dit overtuigende bewijsmateriaal heeft de politie en de gemeente haar werkwijze kunnen continueren.

Ook in Nederland dienen de toezichthouders actief en preventief op te treden om het doorschenken en dronkenschap in horecagelegenheden tegen te gaan. De toezichthouders kunnen het horecapersoneel ter plekke ondersteunen (en aanwijzingen geven) en daarnaast dienen ze te sanctioneren daar waar doorschenken wordt geconstateerd. Ook de politie kan hierbij een rol spelen aangezien dat de veiligheid in de regio ten goede komt.

Actiepunt: ontwikkel een concreet deurbeleid en bespreek dit met de lokale horecagelegenheden. Een belangrijk onderdeel van het deurbeleid is het instellen en trainen van portiers op het gebied van dronkenschap. Start met de meest belangrijke hotspots in de regio.

### **Aanbeveling 3: Investeer in projectmatige aandacht voor sportkantines**

Het nalevingsonderzoek doorschenken geeft duidelijk aan dat de sportverenigingen in de regio Zuidoost-Brabant de regels omtrent doorschenken zeer slecht naleven. Het spreekt dan ook vanzelf dat in deze sector extra geïnvesteerd dient te worden. In de regio dient onderzocht te worden welke beleidsmogelijkheden bestaan om de naleving in de sportkantines te verbeteren en om het overmatig alcoholgebruik onder jongeren in sportkantines terug te dringen. In dit onderzoek dienen sportbestuurders, (vrijwillig) barpersoneel, ouders van sporters en de jongeren zelf betrokken te worden. Wat nu al wel duidelijk is dat een effectieve aanpak binnen de sportsector een combinatie is van het ontwikkelen van een breed draagvlak voor de noodzaak van naleving, duidelijke regels zoals bijvoorbeeld specifieke schenktijden en (vanaf 1 januari 2013) regelmatige handhaving door de gemeentelijke toezichthouders.

Actiepunt: Onderzoek en informeer de sportkantines over de regels omtrent doorschenken. Koppel de resultaten van het onderzoek terug aan het sportverenigingen.

#### **Aanbeveling 4: Training barpersoneel**

Uit de korte gesprekjes van de onderzoeker met het barpersoneel bleek dat het barpersoneel of niet wist dat ze niet mogen doorschenken of het interesseerde hen niet. Het trainen van het barpersoneel in de horecagelegenheden is dan ook aan te bevelen zodat zij meer kennis opdoen over de wet en over het signaleren van (overmatig) alcoholgebruik en bovendien beter leren omgaan met bezoekers die (te veel) alcohol hebben gedronken. Voorbeelden van trainingen zijn de Barcode<sup>24</sup>, Cursus Sociale hygiëne<sup>25</sup> en de cursus 'Verantwoord alcohol schenken'(VAS)<sup>26</sup>.

De regio, Horeca Nederland, KNHB en KNVB moeten samen kijken op welke wijze het barpersoneel in stelling kan worden gebracht. Deze drie partijen hebben ook een belangrijke rol in het voorlichten en trainen van het barpersoneel. In het buitenland is veel onderzoek gedaan naar het trainen van barpersoneel in horecagelegenheden. Een aantal onderzoeken laat zien dat het trainen van barpersoneel geen effect heeft op het wel of niet doorschenken<sup>27, 28, 29</sup>. Andere onderzoeken zien wel een verbetering na een training<sup>30, 31, 32</sup>. De kennis en vaardigheden van het barpersoneel wordt verhoogd dankzij de training en er kan een positief effect ontstaan op de alcoholservice. Hughes en Anderson<sup>33</sup> hebben in Manchester, Groot-Brittannië, onder 87 barmedewerkers een enquête gehouden. Meer dan de helft van de respondenten (59,8%) weet dat het serveren van alcohol aan dronken personen illegaal is, toch denkt een kwart dat het serveren aan dronken klanten een deel van hun baan is. Iets minder dan de helft van het ondervraagde barpersoneel vindt dat dronken gasten ervan weerhouden moeten worden om alcohol te kopen. 53% vindt dat het aan de omstandigheden ligt. Uit onderzoek blijkt dat het voor barpersoneel lastig is in te schatten wanneer een klant in kennelijke staat van dronkenschap verkeert<sup>34</sup>. Er zijn vier indicatoren die als meest belangrijk worden ervaren om iemand in kennelijke staat van dronkenschap te identificeren: verwarde spraak, andere klanten lastigvallen, het aantal drankjes dat is geserveerd en onhandigheid. Hiervan zijn verwarde spraak en onhandigheid het belangrijkste. Het barpersoneel kijkt meer naar het gedrag van de klant dan naar een objectieve meting (het aantal drankjes) om een inschatting te maken.

Actiepunt: train het barpersoneel van de hotspots over het verbod op doorschenken. Evalueer of de belangrijkste hotspots inmiddels een bartraining hebben ontvangen. En in hoeverre deze training specifiek is ingegaan op het verbod op doorschenken. Steekproefsgewijs kunnen een aantal horecagelegenheden worden gevraagd hoe hun ervaring is geweest met de training. Een training die alleen gericht is op het doorschenken kan worden ontwikkeld en aangeboden aan de hotspots.

#### **Aanbeveling 5: Herhaalmeting**

STAP adviseert de regio Zuidoost-Brabant het onderzoek naar de naleving van het verbod op doortappen over 1 tot 2 jaar te herhalen met exact dezelfde methode. Met deze effectmeting kan geëvalueerd worden in hoeverre de naleving is veranderd ten opzichte van het huidige onderzoek.

Alle bovengenoemde aanbevelingen zijn idealiter een onderdeel van een integraal alcoholbeleid om overmatig alcoholgebruik en onwettig doorschenken aan jongeren te verminderen. Publiek draagvlak is noodzakelijk om het beleid effectief te laten zijn. De boodschap dat doorschenken gezondheidsschade en overlast veroorzaakt moet worden gecommuniceerd naar de doelgroep (horecaondernemers) en het publiek. Het blijft belangrijk dat er wordt gewerkt aan de beïnvloeding van normen vanuit de thuissituatie, vanuit school en wellicht ook gericht op bepaalde bedrijven die relatief veel jongere werknemers in dienst hebben die mogelijk tot de doelgroep zouden kunnen behoren.

## Referenties

1. 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.
2. 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.
3. Hagemann, T., (2010) *Alcohol en het adolescentie brein*. Afstudeeropdracht Faculteit Natuurwetenschappen, Open Universiteit Nederland. Utrecht: Trimbos-instituut.
4. Katan, B.M., (2010) A drink now and then might be alright for old men. Congres 'Alcohol & Gezondheid. STAP. Presentatie op [www.stap.nl](http://www.stap.nl).
5. Sheron, N., (2010) *Alcohol and the liver*. Congres 'Alcohol & Gezondheid. STAP. Presentatie op [www.stap.nl](http://www.stap.nl), 2010.
6. Hoaken, P.,N.,S., & Stewart, S,H., (2003) *Drugs of abuse and the elicitation of human aggressive behavior*. *Addictive behaviors*, 28, 1533-1554.
7. Graham, K., & Homel, R., (2008) *Raising the bar: Preventing aggression in and around bars, pubs and clubs*. Cullompton: Willan Publishing.
8. Van Hest, M., (2009) *Quickscan Uitgaansgeweld: Lokaal beeld en aanpak*. Utrecht: Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid.
9. Van der Linden, J., Knibbe, R.,A., Verdurmen, J.,E.,E., van Dijk, A.,P., (2004) *Geweld bij uitgaan op straat: algemeen bevolkingsonderzoek naar de invloed van alcohol- en drugsgebruik*. Maastricht: Universiteit Maastricht.
10. Schnitzer, S., Bellis, M., Anderson, Z., Hughes, K., Calafat, A., Juan, M., Kokkevi, A., (2010) *Nightlife Violence: A gender-specific view on risk factors for violence in nightlife settings: A cross-sectional study in nine European countries*. *Journal of Interpersonal Violence*, 25 (6), 1094-112
11. Babor, T., Caetano, R., Casswel, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., Grube, J., Gruenewald, P., Hill, L., Holder, H., Homel, R., Osterberg, E., Rehm, J., Room, R., Rossow, I., (2003) *Alcohol: no ordinary commodity*. Research and public policy. Oxford: University Press.
12. Andréasson S., Lindewald B., Rehnmann C., (2000) *Overserving patrons in licensed premises in Stockholm*. *Addiction*, 95:359-363.
13. Wallin, E., Gripenberg, J., Andréasson, S., (2002) *Too Drunk for a Beer? A Study of Overserving in Stockholm*. *Addiction*, 97, 901-907.
14. Toomey, T., Wagenaar, A., Erickson, D.,J., Fletcher, L.,A., Patrek, W., Lenk, K.,M., (2004) *Illegal Alcohol Sales to Obviously Intoxicated Patrons at Licensed Establishments*. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 28 (5), 769-774.
15. Toomey, T., Wagenaar, A., Kilian, G., Fitch, O., Rothstein, C., Fletcher, L., (1999) *Alcohol Sales to Pseudo-Intoxicated Bar Patrons*. *Public Health Reports*, 114, 337-42.
16. Toomey, T., Wagenaar, A., Gehan, J.P., Kilian, G., Murray, D.M., Perry, C.,L., (2001) *Proect ARM: Alcohol Risk Management to Prevent Sales to Underage and Intoxicated Patrons*. *Health Education and Behavior*, 28 (2), 186-199.

17. Lenk, K.,M., Toomey, T.,L., Erickson, D.,J., *Propensity of Alcohol (2006). Establishments to sell to obviously intoxicated patrons*. Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 30 (7), 1194-1999.
18. McKnight, A.,J., & Streff, F.,M., (1994) *The Effect of Enforcement Upon Service of Alcohol to Intoxicated Patrons of Bars and Restaurants*. Accident Analysis and Prevention, 26 (1), 79 88.
19. Gliksman, L., McKenzie, D., Single, E., Douglas R., Brunet S., Moffatt K., (1993) *The role of alcohol 23 providers in prevention: an evaluation of a server intervention programme*. Addiction; 88:1195- 1203.
20. M.M. Goverde (2008). *Serving alcohol to pseudo-intoxicated guests in bars: designing the most reliable protocol for utilization in The Netherlands*. Universiteit Twente.
21. Franken, F., Dalen, van W., Gosselt, J., Hoof, J. van, Rover, M. de (2010). *Doortappen in regio Zuid-Holland Zuid: Nalevingsonderzoek en Beleidsadvies*. Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP), Universiteit Twente.
22. Franken, F., Dalen, van W., Gosselt, J., Hoof, J. van, Rover, M. de (2010). *Doortappen in West Friesland: Nalevingsonderzoek en Beleidsadvies*. Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP), Universiteit Twente.
23. Alm, A. (2009). *Evaluation of the K model (The Kronoberg Model). A summary of the report 2009:5*. Brottförebyggande rådet, Stockholm.
24. Trimbos Instituut (2008), *Barcode- omgaan met alcohol en drugs in de horeca. Een cursus voor horecapersoneel*.
25. Horeca Stichting Nederland (2013), *Cursus sociale hygiëne*, www.hsn-horeca.nl, Bezocht april 2013.
26. Koninklijke Horeca Nederland (2013) . *Cursus verantwoord alcohol schenken*. <http://www.verantwoordalcoholschenken.nl/>. Bezocht april 2013.
27. Howard-Pitney, B., Johnson,M,D, Altman, D.,G., Hopkins, R., Hammond, N, (1991) *Responsible Alcohol Service: A Study of Server, Manager, and Environmental Impact*. American Journal of Public Health, 81, 197-199.
28. McKnight, A.,J., & Streff, F.,M., (1994) *The Effect of Enforcement Upon Service of Alcohol to Intoxicated Patrons of Bars and Restaurants*. Accident Analysis and Prevention, 26 (1), 79 88.
29. Rydon, P., Stockwell, T.R., Lang, E. and Beel, A.J. (1996). *Pseudo-drunk patron evaluation of bar staff compliance with Western Australian liquor law*. Australian and New Zealand Journal of Public Health, 20, (3), pp. 290-295.
30. Gliksman, L., McKenzie, D., Single, E., Douglas R., Brunet S., Moffatt K., (1993) *The role of alcohol 23 providers in prevention: an evaluation of a server intervention programme*. Addiction; 88:1195- 1203.
31. Holder H.,D., & Wagenaar A.,C., (1994) *Mandated server training and reduced alcohol involved traffic crashes: a time series analysis of the Oregon experience*. Accid Anal Prev; 26:89-97.
32. Wagenaar, A.,C., Murray, D.,M., Gehan, J.,P., Wolfson, M., Forster, J.,L., Toomey, T.,L., Perry, C.L., Jones-Webb, R, (2000) *Communities Mobilizing for Change on Alcohol: Outcomes from a Randomized Community Trial*. Journal of Studies on Alcohol, 61 (1), 85-94.
33. Hughes, K., & Anderson, Z., (2008) *Identifying Drunkenness and Preventing Sales of Alcohol to Intoxicated Customers in Manchester*. Liverpool: Centre for Public Health.

34. Burns, E.D., Nusbaumer, M.R., Reiling, D.M., (2003) *Think They're Drunk? Alcohol Servers and the Identification of Intoxication*. *Journal of Drug Education*, 33 (2), 177-186.