

Mixdrankjes uit de supermarkt?

Onderzoek naar het koopgedrag van ouders van kinderen van 10 tot en met 15 jaar in relatie tot alcohol en mixdrankjes in het bijzonder.



Universiteit Twente
de ondernemende universiteit

Mixdrankjes uit de supermarkt?

Onderzoek naar het koopgedrag van ouders van kinderen van 10 tot en met 15 jaar in relatie tot alcohol en mixdrankjes in het bijzonder.

14 november 2005

Enschede:

**Universiteit Twente
Faculteit Gedragwetenschappen
Afdeling Communicatiewetenschap
Postbus 217
7500 AE Enschede
Drs. Joris J. van Hoof**

Opdrachtgever:

**STAP (Stichting Alcoholpreventie)
Postbus 8181
3503 RD Utrecht
I: www.alcoholpreventie.nl**

Samenvatting

Het onderzoek dat voor u ligt is uitgevoerd door onderzoekers van de Universiteit Twente in opdracht van STAP (Stichting Alcoholpreventie). Aan het onderzoek hebben 410 ouders of ouderparen van kinderen tussen de 10 en de 15 jaar deelgenomen. Er is rekening gehouden met geografische en sociale spreiding.

Met behulp van vragenlijsten is inzicht verkregen in het aankoopbeleid van alcohol door ouders in de supermarkt. Het onderzoek concentreert zich op de aankoop van alcoholhoudende mixdrankjes.

Van de 410 ouders die de vragenlijst hebben ingevuld koopt 91.7% alcohol in de supermarkt, 8.3% koopt geen alcohol in de supermarkt. Van de ouders die alcohol kopen, koopt 92.8% bier, 86.2% wijn, 40.2% mixdrankjes, 21.5% port, sherry of vermout en 4.0% andere alcoholhoudende drank.

Meer dan de helft van de ouders (53.4%) staat negatief tegenover het idee om alle alcohol (bier, wijn, mixdrankjes, port, sherry en vermout) uit de supermarkt te halen. Het belangrijkste argument is dat het dan meer moeite of tijd zal gaan kosten om aan alcohol te komen. Naast de supermarkt moet er een andere locatie (bijvoorbeeld slijterij) bezocht worden. Overigens doen de ouders gemiddeld in 4.72 verschillende supermarktketens boodschappen. Meer dan een kwart van de ouders (27.6%) is echter positief over het idee om alcohol uit de supermarkt te halen. Het meest voorkomende argument is dat ouders denken dat in de slijterij betere leeftijdscontrole mogelijk is.

Bij de aankoop van mixdrankjes spelen vooral de prijs en aanbiedingen en kortingen een belangrijke rol. Ook kinderen hebben invloed op de aankoop van mixdrankjes. Van de ouders die mixdrankjes kopen geeft 73.5% aan dat ze die mixdrankjes (onder andere) kopen voor hun kinderen. Daarnaast worden mixdrankjes gekocht voor de ouder zelf (39.7%), voor derden als visite en vrienden (29.1%) en of voor de partner van de ouder (13.9%).

De meest populaire mixdrank is Bacardi Breezer. Meer dan 75% van de ouders geeft aan deze mixdrank te kopen. Een tweede plaats wordt ingenomen door Smirnoff Ice (25.2%). Ook geeft 31.1% van de ouders aan andere merken te kopen, hier worden het eigen merk van Aldi en Lidl het meest genoemd. Bij de keuze voor een bepaald merk geven de ouders ook aan dat prijs en aanbiedingen en kortingen het meest belangrijk zijn bij hun keuze voor een bepaald merk. Ook reclame in de supermarkt en hun kinderen zijn van invloed op merkkeuze.

Ongeveer 65% van de ouders vindt het goed als de supermarkt geen mixdrankjes meer zou verkopen. Ongeveer 15% van de ouders zou dit echter jammer vinden, de rest heeft geen mening of de vraag niet ingevuld. Van de ouders die mixdrankjes kopen in de supermarkt vindt nog 40.3% het goed als supermarkten geen mixdrankjes meer zouden verkopen. De meest genoemde reden hiervoor is dat jongeren dan minder zullen gaan drinken. 30.4% van de ouders die mixdrankjes kopen vindt het jammer als de supermarkt geen mixdranken meer zou verkopen. Dat er extra moeite gedaan moet worden om toch aan mixdrankjes te komen is de voornaamste reden. De overige kleine 30% heeft hier geen mening over of de vraag niet beantwoord. Een meerderheid van de ouders die mixdranken kopen (55%) geeft aan evenveel mixdranken te kopen als deze niet meer via de supermarkt verkrijgbaar zouden zijn. Ongeveer een kwart van de ouders (25.2%) geeft aan minder mixdranken te kopen wanneer deze uit de supermarkt zouden zijn. Het meest voor de hand liggende alternatief is de slijter, 76.8% van de ouders zou onder andere daar naartoe gaan. Gevolgd door het alternatief 'Kruidvat' of 'Xenos', waar 23.2% van de ouders mixdranken zou gaan kopen.

Bijna 30% (29.5%) van de ouders koopt speciaal voor hun kinderen tussen de 10 en de 15 mixdrankjes in de supermarkt. Van deze groep geeft 60.4% aan dat hun kinderen evenveel mixdrankjes zouden drinken, ook als de supermarkt deze niet meer zou verkopen. 15.3% van die ouders voorspelt echter een afname in de consumptie van hun kinderen als mixdrankjes niet meer in de supermarkt verkrijgbaar zouden zijn.

Bijna alle ouders die mixdrankjes kopen in de supermarkt geven aan precies te weten hoeveel hun kinderen drinken (86.1%). Ongeveer 12% geeft aan dat ongeveer te weten. Slechts 1.3% van de ouders denkt niet te weten hoeveel alcohol hun kinderen drinken.

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	3
1 INLEIDING	6
2 METHODE	7
3 RESULTATEN	8
3.1 Kopen van alcohol door ouders	8
3.2 Visie op alcoholverkoop in supermarkten	9
3.3 Kopen van mixdranken door ouders	11
3.4 Visie op mixdrankenverkoop in supermarkten	15
4 RESPONDENTEN	18
5 LITERATUUR	21
BIJLAGEN	22
Bijlage 1: argumenten tegen en voor alcohol uit de supermarkt	22
Bijlage 2: argumenten voor verwijderen mixdrankjes uit de supermarkt	31
Bijlage 3: argumenten tegen verwijderen mixdrankjes uit de supermarkt	33
Bijlage 4: overige argumenten ten aanzien van verwijderen mixdrankjes uit de supermarkt	34
Bijlage 5: persoonskenmerken kopers van mixdrankjes voor hun kinderen.	36
Bijlage 6: de vragenlijst	39

1 Inleiding

Deze rapportage beschrijft een onderzoek naar het koopgedrag van ouders van kinderen tussen de 10 en de 15 aangaande alcoholhoudende drank in de supermarkt. Het onderzoek richt zich in het bijzonder op mixdrankjes. Hieronder worden zoete alcoholhoudende dranken verstaan op basis van sterke drank zoals rum of wodka, vruchtensap en smaakstoffen. Het alcoholpercentage van deze dranken is ruim onder de 15%, meestal onder de 6%, zodat deze dranken wettelijk in de categorie zwakalcoholisch vallen en in de supermarkt verkocht mogen worden. Mixdrankjes vallen op door felgekleurde flesjes en blikjes en worden aantrekkelijk gevonden door jongeren. Uit onderzoek blijkt dat mixdrankjes het favoriete alcoholische drankje is van 14- en 15-jarige meisjes (Van de Pol & Duijser, 2003)

Aanleiding voor het onderzoek is de steeds jongere leeftijd waarop jongeren met alcohol in aanraking komen. Uit onderzoek blijkt dat een derde van de basisschoolleerlingen van groep 8 wel eens alcohol heeft gedronken. Voor 12- en 13-jarigen geldt dat ruim de helft alcohol heeft gedronken. Van de 14- en 15-jarigen meisjes en jongens heeft driekwart alcohol gedronken (Ter Bogt, Van Dorsselaer & Vollebergh, 2002).

Ondanks de verplichte leeftijdscontrole in de supermarkt is voor 45% van de jongeren die wel eens drinken dit de plek waar ze alcohol kopen. Zij die zelf geen alcohol kopen geven aan dit van hun ouders te krijgen (Van de Pol & Duijser, 2003). Dit onderzoek richt zich dan ook op ouders van jongeren tussen de 10 en de 15 jaar. Centraal staan de vragen hoe zij met alcohol aankopen in de supermarkt omgaan. Kopen zij ook alcohol voor hun minderjarige kinderen? Wat vinden ouders van alcohol in de supermarkt? En, wat is de rol van de kinderen bij de aankoop door de ouders?

2 Methode

De data voor dit onderzoek is verzameld met behulp van een vragenlijst. In mei, juni, augustus en september van 2005 zijn scholen benaderd om vragenlijsten te verspreiden. Deze verspreiding is gebeurd via kinderen in de leeftijd 10 tot en met 15 jaar. Zij gaven de vragenlijsten aan hun ouders. Deze konden de vragenlijst invullen en met een bijgesloten retourenvelop terugsturen naar de Universiteit Twente.

Er zijn 1500 vragenlijsten (zie bijlage 6) verstuurd naar 7 basisscholen en 7 middelbare scholen met geografische spreiding (provincies Overijssel, Gelderland, Noord Brabant, Noord Holland, Zeeland en Utrecht). 417 vragenlijsten zijn retour gekomen (responspercentage: 27.8%), waarvan uiteindelijk 410 vragenlijsten voor analyse bruikbaar bleken te zijn.

De ouders die de vragenlijst hebben ingevuld waren meestal (85.6%) getrouwd of samenwonend. Bijna 13% van de ouders is alleenstaand. In de meeste gevallen is de vragenlijst ingevuld door een vrouw (82.9%). De gezinnen hebben minimaal 1 en maximaal 6 kinderen (gemiddeld 2.50). Ook is er een spreiding in opleidingsniveau van de kinderen en van de ouders. In Nederland is het gemiddeld aantal kinderen 2.63 (Bron: CBS).

Analyses zijn uitgevoerd door medewerkers van de faculteit Gedragwetenschappen, afdeling Communicatiewetenschap van de Universiteit Twente. Bij de statistische analyses is gebruik gemaakt van het programma SPSS, versie 12.0.

3 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten gepresenteerd. Allereerst resultaten over alcoholaankopen in de supermarkt. De tweede paragraaf gaat dieper in op de mening van ouders over alcoholaankopen in de supermarkt. De derde paragraaf gaat specifiek in op het koopgedrag van ouders betreffende mixdrankjes in de supermarkt. De vierde en laatste paragraaf brengt in kaart wat de mening van ouders is aangaande verkoop van mixdrankjes in de supermarkt.

3.1 Kopen van alcohol door ouders

In het onderzoek zijn 410 vragenlijsten verwerkt van ouders van kinderen tussen de 10 en de 15 jaar. 376 ouders (91.7%) gaven aan alcohol te kopen in de supermarkt. 34 ouders (8.3%) gaven aan dat niet te doen. Van de ouders die alcohol kopen in de supermarkt koopt 92.8% bier, 86.2% wijn, 21.5% port, sherry en vermouth, 40.2% mixdrankjes en 4.0% andere drankjes (de totale percentages zijn hoger dan 100% omdat het mogelijk is om meerdere soorten drank te kopen).

Tabel 1: verdeling kopers / non-kopers alcohol in supermarkt

	Aantal	%
Koopt wel alcohol in supermarkt	376	91.7
Koopt geen alcohol in supermarkt	34	8.3
Totaal	410	100

Tabel 2: soorten alcoholaankopen in supermarkt

	Ja	Nee	Totaal
Bieren	349	27	376
	92.8%	7.2%	100%
Wijnen	324	52	376
	86.2%	13.8%	100%
Port, Sherry, Vermout	81	295	376
	21.5%	78.5%	100%
Mixdrankjes	151	225	376
	40.2%	59.8%	100%
Anders (Advocaat, Boerenjongens etc)	15	361	376
	4.0%	96.0%	100%

3.2 Visie op alcoholverkoop in supermarkten

Als de supermarkt helemaal geen alcoholische dranken meer zou verkopen staat 53.4% van de respondenten daar zeer negatief tot negatief tegenover. Het belangrijkste argument is dat het dan meer moeite of tijd zal gaan kosten om alcoholische dranken te kopen (62.9%). Verder worden principiële- (bijvoorbeeld: de overheid moet zich niet mengen in de aankoopbeslissingen van burgers (23.1%)), financiële- (drank bij de slijter is duurder (10.0%)) en assortiment-argumenten (ik koop eigen merk van de supermarkt (1.3%)) aangevoerd tegen het idee om alcohol uit de supermarkt te halen. Een deel van de respondenten noemt ook argumenten die te maken hebben met het niet of onvoldoende werken van de leeftijdscontrole in de supermarkt.

Van de ouders staat 27.6% daarentegen juist positief tot zeer positief tegenover het idee om de alcohol uit de supermarkt te halen. Bijna 19% van hen heeft als reden dat in een slijterij beter toegezien kan worden op de wettelijke leeftijd. Alcohol uit de supermarkt zou er ook toe leiden dat consumenten (ook jongeren) minder verleid worden door het aanbod aanwezig in de supermarkt (15.9%). Een ander argument is dat een slijterij meer hoogdrempelig is, met name voor jongeren (15.9%). 15% van degenen die positief staan tegenover een verbod geeft aan dat alcoholgebruik en alcoholmisbruik zal afnemen als alcohol niet meer in de supermarkt verkocht wordt. Daarnaast worden nog principiële argumenten aangedragen (bijvoorbeeld: alcohol hoort niet thuis in de supermarkt, maar in een speciaalzaak, net zoals sigaretten (achter de kassa) en softdrugs). Bij twintig procent van de argumenten is de respondent voor het idee om alcohol uit de supermarkt te halen omdat hij of zij geen actor is (bijvoorbeeld: ik koop zelf geen alcohol in de supermarkt).

Bijna twintig procent van de ouders staat neutraal tegenover een verbod of antwoordde blanco (resp. 9.0% en 9.8%). De complete lijst met antwoorden (en codering) is integraal overgenomen in bijlage 1 van dit rapport.

Tabel 3: standpunt ten aanzien van verwijderen alcohol uit de supermarkt

	Aantal keer genoemd	%	% cumulatief
Zeer negatief	9	2.2	53.4
Negatief / niet prettig	210	51.2	
Niet negatief – Niet positief	37	9.0	27.6
Positief	68	16.6	
Zeer positief	45	11.0	
Niet ingevuld / blanco	40	9.8	
Totaal	410	100	

Tabel 4: argumenten tegen en voor alcohol uit de supermarkt

(Zeer) Negatief	
verandering = investering (extra moeite of tijd).	62.9%
principeel argument	23.1%
financieel argument	10.0%
leeftijdscontrole moet beter	2.6%
(eigen) merken verdwijnen	1.3%
	100%
(Zeer) positief	
Persoon zelf geen actor	19.6%
in slijterij beter (leeftijds)controle mogelijk	18.7%
minder verleiding (voor jongeren)	15.9%
slijterij heeft hogere drempel	15.9%
alcoholgebruik / ~misbruik zal afnemen	15.0%
principeel argument / overige argumenten	15.0%
	100%

3.3 Kopen van mixdranken door ouders

Deze paragraaf gaat over de groep ouders die mixdrankjes koopt in de supermarkt (40.2% van de alcoholkopende ouders, zie paragraaf 3.1). Van de ouders die mixdrankjes in de supermarkt kopen geeft 73.5% aan dat in ieder geval voor hun kinderen te doen. Van de totale groep ondervraagde ouders koopt 27.1% voor hun kinderen. Van de Nederlandse ouders met kinderen tussen de 10 en de 15 jaar koopt dus 27% mixdrankjes in de supermarkt speciaal voor de kinderen.

De groep ouders die voor hun kinderen mixdrankjes koopt is lager opgeleid ($p=0.33$) dan de rest van de ouders. Verder worden in grote gezinnen waar de ouders bij elkaar zijn (getrouwd of samenwonend) vaker mixdrankjes aan kinderen geschonken. Ouders die mixdrankjes aan hun kinderen geven, bezoeken voor een deel andere supermarkten dan ouders die hun kinderen geen mixdrankjes geven. Een uitgebreid overzicht van de verschillen is terug te vinden in bijlage 5 van dit rapport.

Er zijn verschillende overwegingen die al dan niet een rol spelen bij deze aankoop.

Tabel 5: Overwegingen aankoop mixdrankjes

	Helemaal niet belangrijk (1)	Niet echt belangrijk (2)	Neutraal / weet niet (3)	Beetje belangrijk (4)	Heel erg belangrijk (5)	Niet ingevuld (0)	Totaal	Gemiddelde score
De prijs van mixdrankjes	4 2.6%	15 9.9%	7 4.6%	66 43.7%	59 39.1%	0 0%	151 100%	4.1
Aanbiedingen of kortingen	7 4.6%	13 8.6%	11 7.3%	54 35.8%	64 42.4%	2 1.3%	151 100%	4.0
Mijn kind(eren) willen graag dat ik mixdrankjes koop	68 45.0%	24 15.9%	6 4.0%	35 23.2%	14 9.3%	4 2.6%	151 100%	2.3
Reclame voor mixdrank in de supermarkt	61 40.4%	34 22.5%	17 11.3%	16 10.6%	21 13.9%	2 1.3%	151 100%	2.3
Veel verschillende soorten mixdrankjes	50 33.1%	48 31.8%	22 14.6%	24 15.9%	3 2.0%	4 2.6%	151 100%	2.2
Mijn kind(eren) gaan mee met boodschappen doen en willen mixdrankjes	86 57.0%	24 15.9%	9 6.0%	22 14.6%	5 3.3%	5 3.3%	151 100%	1.9

De mixdrankjes staan mooi uitgesteld	72	48	20	6	1	4	151	1.7
	47.7%	31.8%	13.2%	4.0%	0.7%	2.6%	100%	
Mijn partner wil graag dat ik mixdrankjes koop	111	14	12	7	2	5	151	1.5
	73.5%	9.3%	8.2%	4.6%	1.3%	3.3%	100%	
Mijn partner gaat mee met boodschappen doen en wil mixdrankjes	112	12	14	4	3	6	151	1.4
	74.2%	7.9%	9.3%	2.6%	2.0%	4.0%	100%	
Andere mensen in de supermarkt kopen ook mixdrankjes	117	19	7	0	0	8	151	1.2
	77.5%	12.6%	4.6%	0%	0%	5.3%	100%	

De twee belangrijkste overwegingen bij de aankoop van mixdrankjes zijn de prijs van de mixdrankjes en aanbiedingen of kortingen. Andere factoren die van invloed zijn op de aankoop zijn de invloed van kinderen en de hoeveelheid verschillende soorten mixdrankjes in de supermarkt.

Mixdrankjes die ouders in de supermarkt kopen zijn verreweg het vaakst bestemd voor hun kinderen (73.5%). Ongeveer 40% van de ouders koopt mixdrankjes voor zichzelf. 29.1% van de ouders geeft aan ook mixdrankjes te kopen voor derden (vrienden en visite). Bijna 14% van de ouders koopt mixdrankjes voor hun partner. Deze percentages zijn samen meer dan 100% omdat het mogelijk is voor meer doelgroepen mixdrankjes te kopen.

Tabel 6: doelgroepen aankoop mixdrankjes

	%
Mijn kind(eren)	73.5%
Mijzelf	39.7%
Anders (vrienden, visite)	29.1%
Mijn partner (man of vrouw, vriend of vriendin)	13.9%

Bacardi Breezer is het meest populaire drankje, 75% van de ouders geeft aan Breezer te kopen. Smirnoff wordt door iets meer dan 25% van de ouders aangeschaft. De rest van de merken zijn minder populair. 31.1% van de ouders geeft aan ook andere merken mixdrankjes te kopen. Het meest worden hier het eigen merk van Aldi en Lidl genoemd.

Tabel 7: percentage ouders dat bepaald merk mixdrankjes koopt

	%
Bacardi Breezer (alle smaken)	75.5%
Anders (eigen merk Aldi en Lidl)	31.1%
Smirnoff Ice (Red en/of Black)	25.2%
Passoa Diablo	10.6%
Bacardi Breezer Light (alle light smaken)	9.9%
Safari Luna (alle smaken)	9.9%
Rum & cola mix (alle merken)	4.6%
Pisang ambon & Jus d'orange mix	4.0%
Eristoff (alle smaken)	4.0%
WKD (alle smaken)	2.0%
Whisk(e)y & cola mix (alle merken)	2.0%
Baja on the Beach	0%

Bij de keuze voor een bepaald merk spelen de prijs en het feit of er aanbiedingen of kortingen zijn de belangrijkste rol. Ook reclames en de wens van de kinderen zijn van invloed op de merkkeuze van mixdrankjes.

Tabel 8: Overwegingen aankoop bepaalde merken

	Helemaal niet belangrijk (1)	Niet echt belangrijk (2)	Neutraal / weet niet (3)	Beetje belangrijk (4)	Heel erg belangrijk (5)	Niet ingevuld (0)	Totaal	Gemiddelde score
De prijs van mixdrankjes	6 4.0%	11 7.3%	9 6.0%	60 39.7%	60 39.7%	5 3.3%	151 100%	4.1
Aanbiedingen of kortingen	6 4.0%	16 10.6%	10 6.6%	53 35.1%	61 40.4%	5 3.3%	151 100%	4.0
Reclame voor mixdrank in de supermarkt	54 35.8%	32 21.2%	18 11.9%	21 13.9%	20 13.2%	6 4.0%	151 100%	2.5
Mijn kind(eren) willen graag dat ik mixdrankjes koop	70 46.4%	23 15.2%	7 4.6%	30 19.9%	13 8.6%	8 5.3%	151 100%	2.3
Mijn kind(eren) gaan mee met boodschappen doen en willen mixdrankjes	88 58.3%	19 12.6%	8 5.3%	21 13.9%	7 4.6%	8 5.3%	151 100%	1.9
Veel verschillende soorten mixdrankjes	64 42.4%	44 29.1%	20 13.2%	14 9.3%	2 1.3%	7 4.6%	151 100%	1.9
Mijn partner gaat mee met	107 70.9%	15 9.9%	13 8.6%	5 3.3%	2 1.3%	9 6.0%	151 100%	1.5

boodschappen doen en wil mixdrankjes								
De mixdrankjes staan mooi uitgesteld	94	30	14	4	1	8	151	1.5
	62.3%	19.9%	9.3%	2.6%	0.7%	5.3%	100%	
Mijn partner wil graag dat ik mixdrankjes koop	107	14	12	8	2	8	151	1.5
	70.9%	9.3%	7.9%	5.3%	1.3%	5.3%	100%	
Andere mensen in de supermarkt kopen ook mixdrankjes	118	15	8	0	0	10	151	1.2
	78.1%	9.9%	5.3%	0%	0%	6.6%	100%	

Ouders geven aan ongeveer 1 keer per maand mixdrankjes te kopen. De hoeveelheid mixdrankjes die zij dan per keer kopen varieert van 1 flesje/blikje tot 5-10 flesjes/blikjes. De meesten kopen 4-5 flesjes tegelijk.

Tabel 9: koopfrequentie

	Aantal	%
1 keer per maand of minder	130	86.1
2-3 keer per maand	18	11.9
1 keer per week	2	1.3
2-3 keer per week	0	0
4-5 keer per week	0	0
6-7 keer per week	0	0
Niet ingevuld	1	0.7
Totaal	151	100

Tabel 10: hoeveelheid per aankoop

	Aantal	%
1 flesje / blikje	13	8.6
2-3 flesjes / blikjes	54	35.8
4-5 flesjes / blikjes	62	41.1
5-10 flesjes / blikjes	17	11.3
10-20 flesjes / blikjes	3	2.0
20-30 flesjes / blikjes	1	0.7
30 flesjes / blikjes of meer	0	0
Niet ingevuld	1	0.7
Totaal	151	100

3.4 Visie op mixdrankenverkoop in supermarkten

In het onderzoek is geïnventariseerd wat ouders zouden vinden van een situatie waarin de supermarkten geen mixdrankjes meer zouden verkopen. Ongeveer 65% van de ouders vindt het goed als de supermarkt geen mixdrankjes meer zou verkopen. Ongeveer 15% van de ouders zou dit echter jammer vinden, de rest heeft geen mening of de vraag niet ingevuld. Van de ouders die mixdrankjes kopen is ongeveer 40% van de ouders positief over het idee om mixdrankjes uit de supermarkt te halen. Ongeveer 30% van deze ouders staat daarentegen negatief tegenover dit idee. De belangrijkste reden voor het verwijderen van mixdrankjes uit de supermarkt is dat ouders denken dat jongeren dan minder gaan drinken. De belangrijkste tegenargumenten zijn principieel ("ik wil alles kunnen kopen wat ik wil") en voor ouders die mixdrankjes in de supermarkt kopen is het belangrijkste argument dat ze dan meer moeite moeten doen om aan mixdrankjes te komen.

Overige redenen voor en tegen het verkopen van mixdrankjes in de supermarkt zijn opgenomen in respectievelijk bijlagen 2 tot en met 4 van dit rapport.

Tabel 11: argumenten voor en tegen mixdrankjes uit de supermarkt

	Alle ouders			Ouders die mixdrankjes kopen		
	Aantal keer genoemd	%	% cumulatief	Aantal keer genoemd	%	% cumulatief
Goed, want dan kom ik niet steeds in de verleiding om ze te kopen	16	3.9		10	6.6	
Goed, dat bespaart me een hoop geld	5	1.2		4	2.6	
Goed, dan zullen jongeren minder drinken	148	43.9		35	23.2	
Goed, overige redenen (zie bijlage 2)	49	12.0	64.7	12	7.9	40.3
Jammer, ik wil alles kunnen kopen wat ik wil	33	8.0		19	12.6	
Jammer, nou moet ik extra moeite doen om ergens anders mixdrankjes te kopen	25	6.1		23	15.2	
Jammer, overige redenen (zie bijlage 3)	4	1.0	15.1	4	2.6	30.4
Anders, namelijk (zie bijlage 4)	57	13.9		16	10.6	
Niet ingevuld	73	17.8		28	18.5	
Totaal	410	100		151	100	

Het merendeel (55%) van de ouders verwacht dat zij evenveel mixdrankjes zou kopen, ook als deze niet meer in de supermarkt te verkrijgen zouden zijn. Een kwart van de ouders verwacht echter dat zij minder mixdrankjes zou kopen dan nu het geval is.

Tabel 12: verwachte aankopen mixdrankjes uit supermarkt

	Aantal keer genoemd	%
Evenveel mixdrankjes	83	55.0
Minder mixdrankjes	38	25.2
Meer mixdrankjes	2	1.3
Weet niet	18	11.9
Anders (voornamelijk: niet kopen)	9	6.0
Niet ingevuld	1	0.7
Totaal	151	100

Als alternatieve aankooppunten voor de supermarkt is de slijterij (76.8%) het meest populaire alternatief, gevolgd door winkels als 'Kruidvat' of 'Xenos' (23.2%). 5.3% van de ouders geeft aan geen mixdrankjes meer te kopen als deze in de supermarkt niet meer verkrijgbaar zijn.

Tabel 13: alternatieve aankooppunten (meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Slijterij	76.8%
Winkels als 'Kruidvat' of 'Xenos'	23.2%
Anders, namelijk niet meer kopen	5.3%
Anders, overige locaties (bv groothandel)	4.0%
In de horeca	3.3%
Bij de snackbar / in een cafeteria	2.0%

Speciaal aan de ouders die mixdrankjes voor hun kinderen kopen is gevraagd of zij een verandering verwachten ten aanzien van de consumptie van mixdrankjes (door de kinderen) in het hypothetische geval dat de supermarkt geen mixdrankjes meer verkoopt.

60% van deze ouders verwacht dat er geen verandering optreedt als de supermarkt geen mixdrankjes meer zou verkoopt. Ongeveer 15% van de ouders verwacht dat hun kinderen minder mixdrankjes zouden drinken als de supermarkten geen mixdrankjes meer verkopen.

Tabel 14: verwachte consumptie kinderen mixdrankjes uit supermarkt

	Aantal keer genoemd	%
Kinderen zouden evenveel mixdrankjes drinken	67	60.4
Kinderen zouden minder mixdrankjes drinken	17	15.3
Kinderen zouden meer mixdrankjes drinken	0	0
Weet niet	22	19.8
Anders (voornamelijk: ze drinken geen mixdrankjes)	5	4.5
Niet ingevuld	0	0
Totaal	111	100

Eerder hebben ouders al hun mening gegeven over het verwijderen van mixdrankjes uit de supermarkt. Van de totale steekproef geeft bijna 44% van de voorstanders aan dat jongeren dan minder zullen gaan drinken. Van de ouders die ook daadwerkelijk mixdrankjes koopt is voor 23.2% van de voorstanders het belangrijkste argument dat jongeren minder zullen gaan drinken bij een verwijdering van mixdrankjes uit de supermarkt. Als het de *eigen kinderen* betreft lijkt een aanmerkelijk lager percentage (15.3%) van mening dat er minder gedronken zal worden.

De ouders die mixdrankjes kopen in de supermarkt (de hele groep, dus ouders die dat voor hun kinderen doen en ouders die dat niet voor hun kinderen doen) geven aan precies te weten hoeveel hun kinderen drinken (86.1%). Ongeveer 12% geeft aan dat ongeveer te weten. Slechts 1.3% van de ouders geeft aan niet te weten hoeveel de eigen kinderen drinken.

Tabel 15: inschatting van ouders: drinkgedrag eigen kinderen

	Aantal	%
Ja, dat weet ik precies	130	86.1
Ja, ongeveer	18	11.9
Nee	2	1.3
Niet ingevuld	1	0.7
Totaal	151	100

4 Respondenten

In het onderzoek zijn 410 bruikbare vragenlijsten meegenomen. Het merendeel van die vragenlijsten is ingevuld door de moeder van de kinderen (82.9%). Een ruime meerderheid van de ouders is getrouwd of samenwonend (85.6%), een klein deel is alleenstaand (12.9%).

De gezinnen bestaan uit 1 tot en met 6 kinderen, het gemiddeld aantal kinderen is 2.5. De deelnemende gezinnen wonen verspreid in Nederland en zijn afkomstig uit de provincies Noord-Holland, Utrecht, Zeeland, Noord-Brabant, Gelderland en Overijssel.

Ouders kopen boodschappen bij verschillende supermarktketens. Albert Heijn, Aldi en C1000 zijn het meest populair. Gemiddeld worden 4.7 supermarktketens bezocht per gezin.

Tabel 16: geslacht

	Aantal	%
Man	59	14.4
Vrouw	340	82.9
Niet ingevuld	11	2.7
Totaal	410	100

Tabel 17: gezinssituatie

	Aantal	%
Getrouwd/Samenwonend	351	85.6
Alleenstaand	53	12.9
Anders	0	0
Niet ingevuld	6	1.5
Totaal	410	100

Tabel 18: aantal kinderen

Aantal kinderen	Aantal	%
1	30	7.3
2	189	46.1
3	146	35.9
4	28	6.8
5	7	1.7
6	1	0.2
Niet ingevuld	9	2.2
Totaal	410	100

Tabel 19: woonregio

	Aantal	%
10xx – 15xx (N-Holland)	88	21.5
34xx (Utrecht)	10	2.4
43xx – 45xx (Zeeland)	58	14.1
52xx – 57xx (N-Brabant)	57	13.9
73xx (Gelderland)	65	15.9
74xx – 81xx (Overijssel)	116	28.3
Niet ingevuld	16	3.9
Totaal	410	100

Tabel 20: opleidingsniveau

	Aantal	%
Geen opleiding (lager onderwijs: niet afgemaakt)	5	1.2
Lager onderwijs (basisschool, speciaal basisonderwijs)	4	1.0
Lager of voorbereidend beroepsonderwijs (zoals LTS, LEAO, LHNO, VMBO)	34	8.3
Middelbaar algemeen voortgezet onderwijs (zoals MAVO, (M)ULO, MBO-kort, VMBO-t)	68	16.6
Middelbaar beroepsonderwijs en beroepsbegeleidend onderwijs (zoals MBO-lang, MTS, MEAO, BOL, BBL, INAS)	103	25.1
Hoger algemeen en voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (zoals HAVO, VWO, Atheneum, Gymnasium, HBS, MMS)	60	14.6
Hoger beroepsonderwijs (zoals HBO, HTS, HEAO, HBO-V, kandidaats wetenschappelijk onderwijs)	95	23.2
Wetenschappelijk onderwijs (universiteit)	27	6.6
Anders (oa school in buitenland)	5	1.2
Niet ingevuld	9	2.2
Totaal	410	100

Tabel 21: frequentie bezoek supermarktketens

	Nooit / Ken ik niet	Zelden	Af en toe	Frequent	Heel vaak	Niet ingevuld	Totaal	Gemiddelde score
Albert Heijn	19.0%	16.3%	28.8%	16.6%	18.8%	0.5%	100%	2.00
Aldi	17.3%	15.4%	23.2%	23.7%	20.0%	0.5%	100%	2.13
Bas van der Heijden	96.6%	1.7%	0.7%	0.2%	0.2%	0.5%	100%	0.05
Bonimarkt	89.3%	4.6%	2.2%	2.4%	1.0%	0.5%	100%	0.20
C1000	24.1%	15.4%	15.1%	15.9%	29.0%	0.5%	100%	2.09
COOP	93.2%	2.7%	1.2%	1.2%	1.2%	0.5%	100%	0.14
Deen	95.1%	1.7%	0.7%	0.5%	1.5%	0.5%	100%	0.10
Dekamarkt	84.4%	5.4%	4.6%	3.2%	2.0%	0.5%	100%	0.32
Digros	99.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.5%	100%	0.01
Dino	96.8%	1.5%	0.2%	0.0%	1.0%	0.5%	100%	0.06
Dirk van den Broek	77.1%	7.1%	6.1%	4.6%	4.6%	0.5%	100%	0.52
Edah	65.4%	15.1%	9.8%	5.1%	4.1%	0.5%	100%	0.67
Foodfactory	98.8%	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	0.5%	100%	0.01

Hoogland	99.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	100%	0.00
Jan Linders	94.4%	3.2%	1.7%	0.2%	0.0%	0.5%	100%	0.07
Jumbo	92.0%	4.4%	1.2%	0.7%	1.2%	0.5%	100%	0.14
Konmar	84.6%	7.3%	5.1%	1.5%	1.0%	0.5%	100%	0.27
Lidl	59.8%	15.4%	10.5%	8.8%	5.1%	0.5%	100%	0.84
Plus	82.0%	6.8%	6.3%	2.7%	1.7%	0.5%	100%	0.34
Super de Boer	69.3%	12.2%	10.2%	2.7%	5.1%	0.5%	100%	0.62
Vomar	95.9%	1.7%	1.0%	0.5%	0.5%	0.5%	100%	0.07
Anders, zie onder	85.6%	0.7%	4.1%	4.6%	3.9%	1.0%	100%	0.40

Tabel 22: overige supermarkten

Naam supermarkt	Keer genoemd	%
Golf / Golf	21	33.9
Natuurvoedingswinkel	4	6.5
Nettorama	1	1.6
Nettomarkt	1	1.6
Meermarkt	4	1.0
Spar	8	12.9
Op de markt	2	3.2
Groothandel / Macro	4	6.5
Agrimarkt	1	1.6
Troefmarkt	2	3.2
Buurtwinkel	3	4.8
Emté	4	6.5
EDAH Lekker & Laag	1	1.6
Kings Allmarkt	1	1.6
Totaal	62	100

Tabel 23: aantal verschillende supermarktketens dat ouders bezoeken

Aantal supermarkten	%
1	1.7
2	10.2
3	19.5
4	19.3
5	19.0
6	12.9
7	7.8
8	4.9
9	1.2
10	1.0
11	0.7
12	0.7
13	0.0
14	0.0
15	0.0
16	0.2
17	0.2
Niet ingevuld	0.5
Totaal	100

Gemiddeld aantal supermarkten dat ouders bezoeken: 4.72

5 Literatuur

- Ter Bogt, T., Dorsselaer, S. van & Vollebergh, W. (2002). *Roken, drinken en blowen door Nederlandse scholieren (11 t/m 17 jaar) 2001. Kerngegevens middelengebruik uit het Nederlandse HBSC-onderzoek*. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Van de Pol, M. & Duijser, E. (2003). *Meting alcoholgebruik jongeren. Onderzoek onder Nederlandse jongeren 10 t/m 15 jaar*. Amsterdam: NIPO.

Bijlagen

Bijlage 1: argumenten tegen en voor alcohol uit de supermarkt

CODERING	COD
(ZEER) NEGATIEF	
verandering = investering (extra moeite of tijd).	1
principeel argument	2
financieel argument	3
(eigen) merken verdwijnen	4
leeftijdscontrole moet beter	5
(ZEER) POSITIEF	
minder verleiding (voor jongeren)	6
slijterij heeft hogere drempel	7
in slijterij beter (leeftijds)controle mogelijk	8
alcoholgebruik / ~misbruik zal afnemen	9
persoon zelf geen actor	10
principeel argument / overige argumenten	11

Argument	COD 1	COD 2
(ZEER) NEGATIEF		
verschrikkelijk, met gemak moet je alles aflopen omdat de media vind dat jongeren teveel drinken. Alsof ze zelf nooit jong geweest zijn en nooit gedronken hebben	1	2
erg lastig. Dan moet ik naar meerdere winkels om boodschappen te doen	1	
zeer vervelend, omdat je steeds in meerdere winkels je spullen moet halen en als alle supermarkten zich houden aan de regel 16 jaar en ouder is het toch goed	1	5
belachelijk, omdat een supermarkt gewoon zwak alcoholische dranken mag verkopen	2	
erg vervelend. Je wilt toch graag in zo'n kort mogelijke tijd je boodschappen doen in één winkel	1	
zeer lastig en erg vervelend. Moet ik zo geregeld naar bv slijterij nu kan het tegelijk met de boodschappen	1	
je moet alles kunnen kopen wat je nodig hebt	2	
zeer veevend. Omdat je naar een andere winkel moet	1	
erg onhandig. Omdat dan een extra reis naar de slijter nodig is voor een fles wijn of wat bier	1	
erg jammer. Ik vind dat iedereen voor zich moet bepalen of hij/zij alcohol koopt	2	
erg onhandig en niet nodig. Betere leeftijdscontrole zou wel nuttig zijn. Omdat ik drank als bier en wijn graag bij de dagelijkse boodschappen wil kopen. Aparte drankwinkels (zoals in Zweden het geval was/is) helpt niet om de jeugd van de drank af te houden	2	
Anders komt er nog een zaak bij, dus weer meer tijd kwijt	1	
Boodschappen doen kost dan meer tijd, omdat je speciaal naar de slijter moet	1	
Het is handig om met de gewone boodschappen wijn of bier mee te nemen	1	
omdat voor feestjes bier en wijn gelijktijdig gekocht kunnen worden met de andere boodschappen	1	
het is handig wanneer ze verschillende producten op locatie te krijgen zijn	1	
lastig, moet je andere winkels	1	
onhandig, moet ik extra naar een andere winkel	1	
bier+wijn gewoon blijven verkopen, overige kan evt bij speciaalzaak	2	

omdat het anders teveel tijd kost om inkopen te halen	1	
jammer, er is vaak een goede fles wijn voor weinig te koop. En bier is ook wel handig. Kan me niet voorstellen dat ze b.v. al het bier (grote massa) bij de slijter moeten verkopen	1	3
lastig en ook niet nodig. Voorleven is belangrijk. Dan moet ik het ergens anders gaan halen	2	
lastig, het is wel gemakkelijk zo	1	
want dat wat we nodig hebben is wel gemakkelijk om het in 1 winkel te kopen	1	
dan moeten we voor enkele dingen toch weer ergens anders naartoe. Wij doen het liefst alle boodschappen in 1 winkel	1	
dan moet je weer naar een andere winkel toe! Boodschappen doen kost dan nog meer tijd!	1	
prettig om deze in de supermarkt te kunnen kopen	1	
anders moet je naar een andere winkel, en dat kost weer tijd	1	
dan zou ik voor bier en wijn naar de slijter moeten	1	
dan zouden we onze drankjes ergens anders moeten kopen	1	
makkelijk om pils en wijn direkt mee te kunnen nemen	1	
omdat ik dan weer naar een andere winkel moet	1	
de slijter is duurder	3	
jammer is veel makkelijker	1	
een fles wijn moet je toch kunnen kopen in de supermarkt	2	
je hebt alles onder een dak	1	
omdat dat m.i. ieders verantwoording is	2	
dat zou vervelend zijn want als je een feestje hebt dan zou je op een ander adres drank	1	
alcohol met mate kan soms lekker zijn en daar is niks mis mee zolang je je grenzen maar kent	2	
slijter is duurder en ligt niet in de buurt van slijter	1	3
stom. Omdat de mensen die alcohol willen kopen er toch wel aan komen	2	
omdat de slijter ver weg is erg lastig op de fiets	1	
dan moet je naar een slijterij	1	
voor bier en wijn zouden wij het lastig vinden. Moet je nog naar een andere winkel, en bij een slijterij is de prijs hoger	1	3
stom, het is onhandig	1	
dan wordt het wel bij de slijter gekocht	2	
niet goed. Wel bier en wijn. Niet onder de 18 jaar + meer controle bij de kassa!! Risicobeperking, minder makkelijk aan alcohol komen	5	
moet je altijd naar een dure slijterij en kun je geen namaak meer kopen	3	4
een biertje of een wijntje op zijn tijd is lekker en dan is het wel handig dat je dat gelijk met je boodschappen kan kopen	1	
dan moet je speciaal langs de slijter waardoor je meer instaat om niet zo vaak te hoeven gaan	1	
balen, moet ik perse naar een andere winkel, nu kan ik het met de rest van de boodschappen meenemen	1	
ik denk niet dat dat van invloed zou zijn op het drink-gedrag van volwassenen, dus zinloos	2	
het is handig om alle boodschappen in één winkel te kunnen kopen	1	
wijn + bier moeten toch wel verkocht kunnen worden in supermarkt voor 't gemak (niet overal in slijterij)	1	
onhandig, ik doe mijn hele boodschappen bij de supermarkt. Ook alcoholdrankjes bier/wijn	1	
want dan moet je weer naar andere winkel of slijterij	1	
onhandig, kunt nu alles in één keer halen	1	
onhandig, dan moet ik meer moeite doen om deze mixdrankjes te kopen	1	
omdat het wel makkelijk is om alles in één winkel te kopen	1	
bier en wijn is handig en goedkoper dan bij de slijter	1	3
het is een geaccepteerd product in de samenleving	2	
kost veel extra tijd en energie om ergens te kopen	1	

omdat ik dan naar meerdere winkels moet in dit geval. Bovendien is slijterij duurder	1	3
omdat slijterij etc. alles veel duurder is	3	
als de opzet hiervan is dat jeugd geen toegang tot alcohol heeft is 't gedoemd te mislukken	2	
moet ik ergens anders alcohol kopen	1	
lastig, ik koop er wijn en bier!	1	
omdat als mensen drank willen hebben ze er toch wel aan komen	2	
leeftijdsgrens van 16 vind ik voldoende	2	
lastig, want dan moet ik voor bieren/wijnen naar de slijterij	1	
lastig, dan moet ik meer winkels af om spullen die ik nodig heb te kopen	1	
lastig, moeten dan elders	1	
het is makkelijk om het hier mee te nemen, anders moet je weer naar de slijter	1	
dan moet ik weer naar een andere winkel. Omdat ik af en toe wel wijn/bier of port wil kopen	1	
onhandig, dan moet ik weer naar de slijter voor wijn/bier	1	
gedoe om weer naar andere winkel te moeten om toch wat te kunnen kopen	1	
onhandig, moet je apart naar andere winkel	1	
het is prettig om alle boodschappen in 1 winkel te doen	1	
personeel moet beter opletten, iedereen vanaf 14 jr. moet zich kunnen legitimeren, dus vraag er dan naar!!!!	2	
jammer, want dan moet ik weer ergens anders alcohol kopen. Kost meer tijd en moeite	1	
bier en huiswijn komen er wel bij. Wekenlijkste boodschappen kopen in de supermarkt	1	
dan moet ik naar meer winkels	1	
drink graag zelf een glaasje supermarkt-wijn, moet hier dan voor naar de (dure) slijter	3	4
mensen moeten zelf hun grens bepalen	2	
dan zou ik voor bier en wijn verder op pad moeten	1	
zal weinig uit maken waar je het koopt zolang het verkocht wordt, wordt er gedronken	2	
zie Scandinavie drooglegging. Werkt averechts	2	
dat zou ik wel jammer vinden, niet omdat ik zoveel alcohol drink, maar meer omdat de prijzen in de supermarkt lager liggen	3	
als ik boodschappen doe wil ik graag alles onder 1 dak	1	
onhandig, moet ik ergens anders heen om bier te halen, nu gaat dat tegelijkertijd	1	
ik doe graag al mijn boodschappen in 1 winkel	1	
dan moet ik naar een andere winkel voor alcoholische versnaperingen	1	
lastig, dan moet ik voor wijn en bier ook naar de slijter	1	
boodschappen doen in één winkel is effectief	1	
het zou lastig als je geen bier en wijn meer kunt kopen	1	
dan moet ik naar de slijter	1	
omdat ik dan naar een andere winkel moet	1	
slechte zaak, wil wel keuze hebben	2	
voor mij lastig, voor de jeugd oké. Ben zelf verantwoordelijk voor aankoop	2	
t is makkelijk, maar de slijter zit ernaast	1	
als je niet wilt dat kinderen alcohol kopen moet je hier maatregelen voor nemen en uitvoeren, dat staat los van verkoop aan volwassenen	2	
niet handig als je voor bier en wijn al naar de slijterij moet	1	
geen goede zaak. Handig boodschappen halen. Wie echt drank wil komt er wel aan	1	2
ik zou dat lastig vinden want dan moet ik voor bier speciaal naar een andere winkel toe	1	
dan mis ik de aanbiedingen van het bier en krijgen de slijters een monopolie positie	3	2
stom. Omdat je daar wekelijkse boodschappen doet en dan ook bier en wijn enz. aanvult.	1	
moet je nog meer winkels af. Het is handig alles in een winkel	1	
jammer en onhandig. Moet je speciaal hiervoor nog naar andere winkel	1	

niet goed, lastig	1	
jammer, ik koop nog wel eens een wijntje in de supermarkt. Slijterij is duurder.	3	
het is makkelijk om alles onder één dak te kopen. We drinken niet veel alcohol, maar dan moet je er voor naar een ander adres, bijv de slijter	1	
bier en wijn vind ik niet nodig. Extra naar de slijter	1	
jeugd die alcohol koopt moet zich legitimeren	2	
ik zou het vervelend vinden las er géén bier en wijn meer verkocht wordt, voor de rest kan je best naar de slijter, omdat die hoeveelheden veel kleiner zijn dan bier en wijn	1	
niet goed, mensen kopen toch, maar dan in duurdere zaken	2	3
onzin, wanneer je alcohol wil kopen doe je dat toch wel, dan ga je gewoon ergens heen waar ze het wel verkopen	2	
moet dan naar nog meer winkels	1	
ieder moet naar eigen verantwoording kunnen kopen	2	
niet handig, omdat er bij ons in de stad de slijter een eind v/d supermarkt zit	1	
gaat te ver. Het gaat toch al jaren goed zo. Als men drankjes wil kopen lukt het toch wel	2	
dan moet ik hiervoor extra naar een andere winkel	1	
het gemak ook naar ouderen toe. Het geheel in één	1	
in dit huis wordt alcohol alleen gedronken door gasten/visite. Het is wel makkelijk om alcohol te kunnen kopen met de 'dagelijkse' boodschappen mee	1	
lastig, want dan moet ik elders gaan inkopen	1	
niet handig, bier en wijn is toch makkelijk als je dat tijdens de boodschappen mee kunt nemen, de mate waarin je alcohol neemt moet een bewuste keuze worden (hoeveel)	1	
handig als alles te koop is in één winkel	1	
nog meer adressen om je boodschappen te halen	1	
onhandig, zij die 't willen kopen doen dit toch wel, waar dan ook. Het is ieders eigen verantwoording om er op een juiste manier mee om te gaan!	1	2
moet je nog weer naar de slijterij	1	
slecht, overregulering, verplichte winkelnering naar slijter etc.	2	
jammer, dan moet je er voor naar een andere winkel	1	
het is toch wel makkelijk als je bier en wijn gewoon in de supermarkt kan halen en niet steeds naar de slijterij hoeft	1	
het bespaart tijd alles (ook bv. Brood en vlees) in één winkel te kopen	1	
niet fijn, moet ik ergens anders bier, wijn, port kopen	1	
supermarkt moet wel alcohol verkopen. Supermarkten zijn vaak goedkoper, scherpere aanbiedingen	3	
licht alcoholische dranken moeten in een supermarkt verkrijgbaar zijn	2	
niet nodig, verplaatsen van mogelijk probleem	2	
moet ik extra naar de slijterij	1	
hoeft van mij niet. Iemand die alcohol wil gaat toch wel ergens heen om het te kopen	2	
niet handig. Bier en wijn moet gewoon blijven. Buitenlands gedist. niet. Zo komen de jongeren niet gauw in de verleiding van buitenlands ged.	1	
dan moet je er extra voor naar de slijterij (voornamelijk voor wijn)	1	
omdat ik ook dan nog ergens anders naar toe zou moeten winkelen	1	
volwassen kopen toch hun alcoholische dranken elders wel. Laat de kassemedewerkers het legetimatiebewijs vragen	5	
het is handig alles in een winkel, verkoop gewoon geen alcohol onder 16 jaar	1	5
zonde! Wel streng op leeftijd letten	1	5
lastig en mogelijk duurder. Moeilijker te verkrijgen	1	3
alcoholische dranken worden wel gebruikt dus net als vlees/groenten ed handig te kunnen kopen op 1 plek	1	
je moet dan naar verschillende winkels	1	
dan moet ik naar verschillende winkels wat tijdrovend is	1	
dan moet je ergens anders heen	1	

jammer, het is makkelijk om alles onder 1 dak te kunnen kopen. Tijdsparing!	1	
in de supermarkten zijn de eigen merken licht alcoholische dranken een stuk goedkoper	3	4
ik vind het makkelijk dat er juist alles verkocht wordt in een supermarkt van brood, vlees, groente, frisdrank etc	1	
dan moet ik meer winkels bezoeken als ik ook alcohol wil kopen. Ik zou toch blijven kopen. Ik geloof persoonlijk meer in voorlichting als het gaat om bewustwording van alcoholgebruik. Beschikbaarheid is maar een onderdeel	1	
dan moet er voor naar een andere winkel	1	
bier en wijn is dan toch wel handig als het bij de super te krijgen is	1	
alles onder een dak is toch wat handiger. Dan zou je bv naar een slijterij gaan	1	
sinds de invoering vd identificatieplicht is het theoretisch mogelijk om te voorkomen dat er alcohol verkocht wordt aan klanten onder de 16 jaar	5	
omdat ik dan, wil ik alcohol kopen, naar 'n slijter zou moeten gaan en die is veel duurder	3	
voor de algemene boodschappen ben ik nu in één keer klaar	1	
niet goed, want dan koop je dit wel ergens anders	1	
er wordt dan niet minder gedronken door de jeugd	2	
gemakkelijk, bier wijnen	1	
moet ik naar de slijterij	1	
moet je altijd naar de slijter of ergens anders heen voor alcoholhoudende dranken	1	
bier en wijn moet te koop blijven	2	
bier + wijn haal ik altijd in de supermarkt. Alle boodschappen overigens, ook brood, vlees etc.	1	
jammer. De slijter is toch vaak duurder	3	
dan moet ik naar nog meer winkels	1	
niet makkelijk, moet ik naar nog een winkel	1	
Slechte zaak, maffia praktijken. Zoals toen in Amerika	2	
onhandig, dan moet ik ook nog naar een andere winkel	1	
jammer, want er zijn niet overal slijterijen. En een biertje of wijntje op z'n tijd mogen wij graag drinken	2	
lijkt me geen goed idee. Omdat ik er zelf af en toe gebruik van maak (ik ben voor keuzevrijheid) en omdat mensen (kinderen) altijd wel een andere (wijn + bier) manier vinden. Ben tegen bevoogding	2	
jammer. Omdat je dan naar verschillende winkels moet	1	
lastig en overbodig. Slijterij is duurder en het is verantwoording van de ouders dat kinderen geen alcohol kopen	1	3
niet leuk. Ik drink en koop graag een biertje en soms een flesje wijn bij de supermarkt	2	
jammer, ik vind wijn in de supermarkt handig. Dat bespaart een loop naar de speciaalzaak	1	
geen goed idee. Beetje overdreven. Dan zou je voor een eenvoudig fles wijn hele maal naar de slijterij moeten	2	3
onzin. Dan haal ik het ergens anders. De mate van gebruik ligt aan de winkel waar het gekocht kan worden. Een ieder is zelf verantwoordelijk voor het drinkgedrag	2	
wijn, bier moet je er kunnen kopen	2	
vervelend, tijdrovend. Dan moet ik naar een andere locatie (slijterij) om het te halen. In de supermarkt kan ik meteen alles afrekenen	1	
jammer, het is makkelijk met de andere boodschappen	1	
jammer, moet ik naar de slijter voor bier en wijn	1	
onhandig, nu doe ik alle boodschappen in een keer. Hoef niet apart naar de slijter	1	
drinken willen ze toch en dan moet ik ergens anders naar toe, ook voor onszelf trouwens	1	
moet ik apart naar de slijterij	1	
omdat ik dan naar de slijter moet en daar is bier/wijn meestal duurder	1	3
jammer. Wijn + bier is in de supermarkt vaak goedkoper	3	
lastig omdat je dan apart naar de slijter moet	1	
dat moet ik naar een andere winkel ik koop toch ook bier in de supermarkt	1	

ongemakkelijk, maar niet echt een probleem. Ik koop het dan bij het dichtstbijzijnde verkooppadres	1	
bier & wijn zijn acceptabele dranken	2	
moet ik naar de slijter. Extra tijd kwijt	1	
onpraktisch	1	
niet echt praktisch om naar een andere winkel te moeten	1	
ik stel er prijs op dat ik mijn bier en wijn gewoon bij mijn andere boodschappen kan kopen	2	
het is gemakkelijk. Soms goed en alcoholgebruik is uiteindelijk een persoonlijke verantwoordelijkheid	1	2
makkelijk om boodschappen in één keer te doen	1	
nu is het handig om alle boodschappen in 1 winkel te doen	1	
het zal de prijzen opdrijven	3	
een beetje alcohol kan geen kwaad. Alles met mate	2	
ik wil wel bier of wijn kunnen kopen in de supermarkt	2	
verleiding misschien groot om grotere hoeveelheden in huis te halen. Ik niet 't idee heb dat de alcohol consumptie afneemt (zie scandinavische landen)	2	
dan moet ik naar de slijterij	1	
het is altijd handig om iets mee te kunnen nemen	1	
alsod er dan minder alcohol verkocht gaat worden	2	
overdreven puritanisme/gezondheidsterreur van de overheid	2	

NEUTRAAL

onhandig, maar indien noodzakelijk geen problemen		
dan krijgen de slijters alleen-recht -> hogere prijs, maar ik heb er geen problemen mee		
vreemd. Ieders eigen verantwoordelijkheid. Wel goed dat een leeftijdsgrens is		
als je ze wilt hebben, haal je ze toch wel		
als ik ze nodig heb, vind ik het makkelijk om in de supermarkt mee te nemen. Als het daar niet meer verkocht wordt, haal ik het toch ergens anders		
bier en wijn prima te koop in de supermarkt. Geen sterke drank of mixen		
maakt mij niet zoveel uit, omdat wij maar zelden alcohol drinken (bier-port)		
helemaal niet erg. Wij kopen niet zoveel alcohol alleen voor feestjes (verjaardagen - kerst - oud en nieuw)		
geen probleem. Wellicht beter controle slijterij. Ik denk niet dat jonge kinderen er minder door gaan drinken wanneer de alcoholische dranken uit de supermarkt gehaald worden. Het ligt meer bij de ouders die de kinderen erop moeten wijzen op de gevolgen van drankgebruik! (-mis-). Er is niets mis met een wijntje bij de maaltijd of op de avond, maar vertel de gevolgen van teveel, hoe je verandert, ziek zijn, afsterven v/d hersenen enz. Wees duidelijk!! En leer ze verantwoordelijkheid!		
je moet daar aan wennen, dan koop ik 't maar bij de slijter		
dan ga je naar de slijter		
als ik bij de slijter wijn of bier moet halen is het meestal duurder en zoveel wordt er bij ons niet gedronken		
maakt niet zoveel uit denk ik want als ze alcohol willen hebben komen ze er toch wel aan		
het schept meer duidelijkheid waar wel en geen alcohol verkocht wordt. Ik heb er persoonlijk geen advies over		
ik drink nooit geen alcohol		
bier + wijn vind ik voldoende voor een supermarkt. Supermarkt is geen slijterij		
verbieden werkt niet. Kanaliseren wél. Mensen beschouwen wijn + bier e.d. als normaal. Wat het in principe natuurlijk ook is.		
mij persoonlijk maakt het mij niets uit. Omdat ik bijna nooit alcohol drinkt		
geen meenig. Het is de verandering van de koper. Drankmisbruik (bij kinderen) kan alleen tegen gegaan worden door ouders		
lastig voor de ouders, misschien minder verleidelijk voor de kinderen. Bier en wijn gaan gemakkelijk met de wekelijkse boodschappen mee. Voor kinderen lijkt de drempel naar de slijter misschien hoger		
het maakt me niet uit. Men gaat dan wel naar bv. een slijter alcohol halen er zal daardoor volgens mij niet minder alcohol gedronken worden.		
van mij mag er nog wel bier en wijn worden verkocht. Dit is minder verleidelijk dan mixdranken voor kinderen		

er worden pasjes nagemaakt. Verkopen het de jongeren (jonger dan 16)
niet erg, wel meer tijd kwijt, niet makkelijk. Dan zou ik naar de slijterij moeten wat ik nu bijna nooit doe
onhandig, maar ik heb er wel begrip voor. In supermarkt leeftijdsgrens moeilijk te bepalen
niet nodig nu de leeftijdsgrens voor verkoop er is
nog al vreemd! De omzet van de supermarkt daalt dan! Als het niet verkocht wordt in een super, dan wel in 'n andere winkel!
geen probleem. Ieders eigen verantwoordelijkheid
dan gaat men toch naar slijterij denk ik. De drempel voor jongeren zal wel iets hoger zijn.
ik vind het niet erg. Omdat je de aanbiedingen niet ziet, dan is het goed, dat je het niet zou gaan kopen
raar idee, zal wel wennen zijn, maar OK. Je weet dat alcohol verslavend is en een "hard"drug. Blijft raar dat daar zo weinig over gezegd wordt. Bijvoorbeeld in verhouding tot teveel eten. Niet meer in de supermarkt zou wel een statement zijn
alleen jammer vanwege prijs en tijd. Verder in principe goed -> wellicht daardoor minder alcoholverkoop. 1) bij de slijter zijn de prijzen vermoedelijk hoger -> da's belemmerend. 2) het kost meer tijd en boodschappen te doen. Nu in 1 winkel en dan in 2: supermarkt + slijterij
een beetje onhandig maar niet onoverkomelijk. Omdat we af en toe bier/wijn kopen, en daar dan voor naar de slijter zouden moeten

(ZEER) POSITIEF	COD 1	COD 2
omdat het voor de jongeren dan toch iets minder voor handen ligt	6	
minder verleiding voor jongeren	6	
bij een slijter is betere controle mogelijk dan in supermarkt en heeft een "hogere drempel"	7	8
als dat remmend werkt op alcoholgebruik: prima!	9	
wij drinken weinig of geen alcohol. Heb ik toch nodig dan ga ik naar de slijter	10	
verleiding te groot, makkelijk meenemen	6	
geen verleiding voor de jeugd en ouderen	6	
alles bij de slijter, betere controle misschien	8	
de jeugd gaat -naar mijn idee- dan minder snel naar de slijter om drank te kopen	9	
dan komt de jeugd niet meer zo makkelijk aan alcohol	9	
jongeren komen minder in de verleiding	6	
geen probleem, dan ga ik gewoon naar de slijter	10	
minder kans dat kinderen zelf gaan kopen. Controle is wsl beter bij slijter en de stap er naartoe groter	7	9
voor wat de jeugd betreft is het een prima idee. Het alcoholgebruik is groot onder de jeugd, en het is zo makkelijk om de supermarkt binnen te gaan	7	9
de verleiding is stukken kleiner voor jongeren. Nu gaat 't te makkelijk	6	7
omdat wanneer kinderen 16 jaar zijn en zelf alcohol kunnen kopen de verleiding groter is. Bij een slijterij lopen ze minder gemakkelijk naar binnen	6	7
dan komen jongeren ook niet in de verleiding om wat te kopen	6	
ouderen kunnen naar de slijter. Jongeren krijgen zo minder gelegenheid om drank te kopen bij bv. Een zak chips	9	
wij drinken maar zo weinig, enkel met een verjaardag of bijzondere gelegenheid	10	
dan wordt de drempel om te kopen weer wat hoger	7	
goed en dan een legitimatie verplichting bij de slijter	8	
wij drinken zo wie zo weinig alcohol	10	
maakt de drempel waarschijnlijk hoger voor velen	7	
goed, moet je meer moeite doen. Leidt tot minder alc. gebruik (denk ik)	7	9
een goede zaak, nu kan iedereen, op de gekste tijden van de dag, alcohol kopen	11	
goed, misschien betere controle op leeftijd bij slijterij	8	
goed want dan kopen kinderen minder snel en vaak en makkelijk alcohol. In de supermarkt zien ze dit staan en dan lijkt het zo normaal, net als de dagelijkse boodschappen	6	9
een goed idee. Alhoewel jongeren het ook bij bv benzinepomp kunnen kopen. Minder verleiding. Dit werkt alleen als alle verkooppunten dezelfde mening hebben	6	

totaal geen probleem. Omdat er hier in huis alleen soms door mijzelf wat wordt gedronken en ook ik kan zonder	10	
goed, het probleem is dat (ze) het wel verkocht wordt. "Onbekend is onbemind." Helaas is het al bekend.	11	
dat zou een zinnigere actie zijn dan alleen richten op mixdrankjes. Bewuster gebruik stimuleren en men moet meer moeite doen om het te kopen.	11	
meer toezicht mogelijk bij minder verkooppunten	8	
wij zijn minimale gebruikers	10	
het toezicht is minimaal (zaterdaghulp) bij slijterij lijkt mij geschikter (drempel wellicht hoger)	7	8
we zijn niet verslaafd	10	
ik zou dit niet erg vinden. Je kunt ook bij de slijter zijn	10	
geen probleem. Omdat ik het geen probleem vind om voor bier naar de slijterij te gaan. Er wordt in ons gezin erg weinig alcohol genuttigd	10	
moeilijker voor de jeugd om aan alcohol te komen (moeten dan naar de slijterij en daar is de leeftijd 18 jaar)	11	
dan was er waarschijnlijk minder alcoholmisbruik door jongeren	9	
dan ga ik naar de slijter	10	
goed, supermarktpersoneel hoeft dan niet op te letten of koper van alcohol 16 jaar is. Daar zijn ze niet kundig genoeg voor.	8	
omdat de controle tekort schiet	8	
maakt misschien de drempel hoger om drank te kopen	7	
ik vind het een goed idee, misschien moet het alleen in de slijterij en horeca verkocht worden. Men durft in de supermarkt meer, want er is geen controle	11	8
geen probleem. Wij drinken bijna nooit alcohol	10	
geen probleem. Niet erg om er meer moeite voor te doen	10	
bescherming van onze jongeren vind ik belangrijk	11	
ik vind niet dat je alcohol zomaar mag kopen	11	
goede zaak. Beter controle bij jongeren mogelijk	8	
hoort er niet thuis, net als sigaretten	11	
naar de slijter is toch een extra stap, vooral voor jongeren. Mensen die bij de slijter werken zijn meestal ouder en kunnen beter beoordelen of iemand < 16 jaar is	7	6
omdat de jeugd dan minder in de verleiding komen om het toch te kopen	6	
in slijterij meer controle op leeftijd mogelijk	8	
beter, want dan zouden de jongeren minder snel aan alcohol kunnen komen. Omdat ze in een drankwinkel zich moeten legitimeren of ze 16 jaar of ouder zijn	8	
ik zou er echt niet om treuren omdat ik het niet zo missen, en het zou ook beter zijn voor de jeugd	10	
we drinken niet veel alcohol	10	
als ik wat nodig heb ga ik dan naar de slijter	10	
dan komt de jeugd niet in verleiding	6	
laat mensen er maar moeite voor doen	11	
beter controle voor kinderen onder de 16 die wel alcohol willen kopen	8	
hoe minder kinderen verleid worden, hoe beter. Zeker alcohol kan er veel te geleidelijk insluipen	6	
omdat jongeren al op jonge leeftijd alcohol gaan gebruiken, het ze moeilijker gemaakt moet worden om eraan te komen	9	
alcohol is geen artikel voor impulsaankopen, tabak ligt ook niet in de schappen maar hoort achter een balie	11	
ik zou zelf naar de slijter gaan. Leeftijdscntrole bij de slijter is misschien wat strenger dan in de supermarkt.	8	
goed, heel goed zelfs. Maar wel lastig, gemaakt dient de mens	11	
vind het perfect, zo komt de jeugd minder snel in de verleiding en drank hoort verkocht te worden in de slijterij	6	11
prima, wij kopen alleen alcohol voor feestjes; dat kan ook best bij de slijter	10	
goede zaak! Dit hoort bij de slijter!	11	

in een slijterij is er volgens mij betere toezicht op de leeftijd van de jeugd. Cassieres zijn veelal ook jong en laten leeftijdsgenoten toch de kassa passeren	8	
prima, omdat er in Nederland onder jeugd veel word gedronken!	9	
de drempel wordt hoger, dus koop je bewuster	7	
dat zou goed zijn! Dan is de controle beter!	8	
prima! Niet echt nodig. Ik kan bier en wijn bij de slijter kopen	10	
misschien verhoogt het de drempel voor tieners	7	
moet er meer moeite voor worden gedaan	9	
er minder alcohol gedronken zou worden	9	
dan is de toegang voor jonge mensen moeilijker. Dan haal ik het bij de slijter	7	
voor die enkele keer heb ik er geen moeite mee om naar een slijterij te gaan	10	
alcohol hoort in een slijterij en zo kan men de controle op minderjarige ook beter maken	11	8
bij ons thuis wordt praktisch geen alcohol genuttigd	10	
het is een levensmiddelenzaak, hoort niet echt alcohol bij	11	
hoort in de slijterij	11	
terugdringen drankmisbruik	9	
dan is de verleiding voor jongeren kleiner en moeten ze meer moeite doen om er op een andere manier aan te komen, wat ze waarschijnlijk niet zo gauw zullen doen.	6	
minder snel verkoop aan tieners	9	
ik vind de legitimatieplicht iets dat moet en helaas constateer ik dat dit niet gebeurt	8	
heel goed, omdat nu de drempel te laag is om alcohol te kopen vooral bij de jeugd. De drempel van een slijterij is hoger	7	
helemaal goed. Ik denk dat jongeren gaat minder drinken	9	
prima, is niet belangrijk. Als ik iets nodig heb, kan ik ook bij de slijter langsgaan	10	
wij drinken niet, halen alleen voor visite!	10	
prima. Dan ga je naar de slijterij, voor sommige mensen misschien een hogere drempel om in een slijterij drank te kopen	7	
prima. Dan is er meer controle over	8	
een speciaalzaak is ook toegankelijk en beter te controleren op leeftijd	8	
ik zou dat toejuichen. Omdat ik denk dat je de drempel om alcohol te kunnen kopen zo hoog mogelijk moet maken. En dat geldt natuurlijk met name voor jongeren	7	

Bijlage 2: argumenten voor verwijderen mixdrankjes uit de supermarkt

jongeren te makkelijk aan alcohol kunnen komen
omdat ik ze niet koop
de zware alcoholcomponent hoort bij de slijter thuis
kinderen niet in verleiding worden gebracht
deze artikelen thuishoren in de slijterij
het minder makkelijk kopen wordt
hoe minder aanbod, hoe minder de verleiding om te kopen. Jeugd wordt overspoeld
dat weer minder makkelijk is
er vanuit de cassiere's geen controle is op verkoop v. drank aan (jonge) kinderen / jeugd
de jongeren niet in de verleiding komen om het te kopen
voor iedereen de verleiding weg is
breezers "verborgen" alcohol bevatten
ze dat zelf moet weten
je jongeren misschien wat ontmoedigd!
ik nooit v.d. drankjes koop
jongeren wellicht minder in de verleiding komen
jongeren (als het goed is) deze drankjes niet meer kunnen kopen
kinderen minder verleiding hebben om ze te kopen
is gebleken dat er toch wordt verkocht aan jongeren onder 16 jaar
jongeren is meer moeite moeten doen om het te kopen
de drempel voor jongeren dus hoger wordt om deze drankjes te kopen
de kinderen het niet echt nodig hebben
het zal dan niet meer als limonade gedronken word. Want het is vrij zoet (word onderschat) denk ik
jongeren dan niet in de verleiding worden gebracht om ze te kopen en er misschien betere controle is i.v.m. leeftijd
kinderen ze niet zelf gaan kopen of laten kopen
er minder verleiding zal zijn voor de jongeren om ze te kopen
ik ze amper koop
wij dit vreselijk verraderlijke drankjes vinden, die niet in de handel zouden moeten zijn
jongeren minder in de verleiding komen
je ze dan bij de slijter moet halen (duurder)
de jongeren niet zo gauw verleid worden
de drempel naar een slijterij te gaan hoger is dan de supermarkt
ik ze meer in de slijterij vind thuishoren
jongeren vaak in een supermarkt komen en minder snel naar een slijterij stappen
de jongeren dan minder snel in de verleiding komen om te drinken
dan de jongeren niet in de verleiding kunnen komen tijdens pauzes mixdrankjes te kopen
maar als ze echt willen en er moeite voor willen doen kopen ze ze wel
zou ik niet in de verleiding komen
omdat er nauwelijks controle is op leeftijd
jongeren dan moeilijker zelf de drankjes kunnen kopen
jongeren dan niet zo gemakkelijk in de verleiding komen

je goedkoper je eigen "mix-je" kunt maken

ik zie dat zelfs kinderen van jonger dan 16 ze daar kopen

verleiding groot is als jongens ze aanwijzen willen het ook proberen

jongeren dan minder gauw in de verleiding worden gebracht

verkoop v alcohol niet in een supermarkt thuishoort, want leeftijdscontrole vind er toch niet plaats

jongeren dan naar een slijter moeten en dat doen ze niet zo snel

er zijn genoeg adressen om eraan te komen en ik vind het niet echt noodzakelijk daar (wel makkelijk!)

het minder makkelijk wordt (voor jongeren) om ze te kopen

minder in het zicht misschien. Minder verleidt

deze drankjes niet in de supermarkt aangeboden hoeven te worden

jongeren dan minder in de verleiding worden gebracht om ze te kopen

dan kunnen ze het ook niet meer zo makkelijk in de supermarkt kopen

jongeren dan minder in de verleiding worden gebracht

je bij een slijter betere leeftijdscontrole kan toepassen (één op één contact)

het troep is en kinderen verleidt tot het drinken van alcohol die op limonade lijkt

jongeren niet in de verleiding komen. Een slijterij is een speciaalzaak / gericht boodschappen doen

voor ons niet noodzakelijk

omdat ze te duur zijn

mogelijk de drempel tot het kopen verhoogd wordt als jongeren daarvoor naar een speciaalzaak moeten

men niet gaat drinken

de controle beter is voor alcohol verkoop

Bijlage 3: argumenten tegen verwijderen mixdrankjes uit de supermarkt

in een slijterij de prijs veel hoger ligt als in een supermarkt (eigen merken)

ik dan naar een slijter moet

het maar zo zelden is, dat ze het krijgen, het is voor hun (kind) een iets extra beloning

ze anders vaak duurder worden. Het uitgaan is ook al zo duur

Bijlage 4: overige argumenten ten aanzien van verwijderen mixdrankjes uit de supermarkt

de verleiding om het gemak waarmee kinderen deze drankjes kunnen kopen worden beperkter. Beter te controleren is goed
maakt voor mij niets uit, want ik koop ze nooit
ik koop nu nog zelf de mixdrankjes voor haar, dus voor mijn eigen gemak vind ik het fijn dat ik ze in de supermarkt kan kopen
omdat wij het niet als "gemis" aanvaarden, drinken het sporadisch
geen probleem, ga ik naar de slijterij
ik vind het tegenwoordig zo overdreven gedoe de verantwoordelijkheid ligt nog steeds bij de ouders en niet in de supermarkt
niet jammer, want ik koop ze niet
maakt niets uit zo vaak koop ik ze niet
maakt me niets uit
neutraal, iedereen moet kunnen kopen wat hij wil
dan ga je toch naar de slijterij
maakt mij niet zoveel uit, is niet zo erg belangrijk (drinken ze wel wat anders met alcohol) drinken doen ze toch wel
maakt mij persoonlijk niets uit, we drinken ze niet
maakt niet veel uit want mijn kinderen drinken nu nog niet
onzin, zo'n verbod werkt niet
maakt ons niet uit, we kopen ze toch niet
geef ik niets om, want wij
maakt me niks uit
prima, gebruik ze zelf niet. Wat jeugd niet kent, zal 't ook niet gebruiken
ieder moet hierin zijn/haar eigen verantwoordelijkheid nemen + dan telt dit voor alle alcoholhoudende dranken
maakt niet uit. Wil ik ze kopen haal ik ze wel bij de slijter
maakt mij niet zoveel uit, want ik koop ze bijna nooit
als het goed word overal gevraagd naar legitimatie dus wat is het probleem
vind ik niet erg want ik koop ze nooit
maakt me niets uit
maakt me niet uit
zelf mixen, bv passoa / jus
maakt ons niets uit, wij kopen bijna geen mixdrankjes. Anders kopen jongeren het wel bij de slijter
het maakt mij niet zoveel uit, als je ze wil kopen, koop je ze toch
in betwijfel of 't verminderen van verkooppunten leidt tot vermindering van gebruik
wat mij betreft mogen ze daar blijven, kinderen die ze willen kopen, krijgen ze toch wel
ik laat me niet door anderen beïnvloeden. Bepaal zelf wanneer ik iets koop of juist niet
niet zo erg want dan komt er wel weer iets anders om te drinken
maakt niet zoveel uit. Mijn/onze kinderen kunnen ook zonder. Af en toe vinden ze wel lekker
heb geen behoefte aan mixdrankjes
onze kinderen zijn op dit moment nog te jong voor alcohol; misschien is dat over een jaar wel anders
mixdrankjes behoren niet (tot) tot onze keuze
maakt me niet uit, ik koop ze zelden
maakt me niet uit, want ik koop ze nooit
maakt mij niet zoveel uit, koop toch nooit geen mixdrankjes

slijterij extra controle / niets meer in de supermarkt
persoonlijk is het mij gelijk. Bij het staken van de verkoop zal de totale verkoop afnemen m.i.
geen mening
blijft ieders eigen verantwoordelijkheid
het maakt ons niet uit omdat we bijna nooit alcohol/mixdrankjes drinken
alleen verkoop boven 16 jaar met controle
goed, dan komen jongeren niet in verleiding. Wij gebruiken geen mixdrankjes
maakt ons niet uit, we kopen ze nooit
het zou mij niets uitmaken of ze wel of niet te koop zijn. Ik lust geen alcohol
maakt mij niet zolang het onder de 16 jr maar niet verkocht wordt
ik heb nog geen mening; geen ervaring met het kopen van mixdrankjes
ik koop nooit mixdrankjes, dus het maakt mij persoonlijk niet uit
koop ze nu ook niet
voor jongeren en volwassenen die niet met maten drinken moeten er dan meer moeite voor doen en dat houd misschien wat tegen
het maakt voor mij geen verschil
geen oordeel
goed ivm alcoholgebruik jongeren, maar jammer voor andere consumenten
het maakt mij niet uit, ik zie ze niet eens staan in de supermarkt
wij kopen nooit mixdrankjes
het zou misschien verstandig zijn als mixdranken in 1 liter-flessen enkel verkocht zouden worden. Ik denk dat het gevaar schuilt in de kleine flesjes. Voor de jeugd betaalbaar en het drinkt makkelijk weg denk ik.
geen mening
op ons niet van toepassing, wij kopen geen mixdrankjes
maakt me niet uit want ik koop ze niet. Ik denk dat jongeren ze wel ergens anders zullen gaan kopen

Bijlage 5: persoonskenmerken kopers van mixdrankjes voor hun kinderen.

Geslacht

	Mixdrankjes voor kinderen		Overige ouders	
	Aantal	%	Aantal	%
Man	14	12.6	45	15.1
Vrouw	96	86.5	244	81.6
Niet ingevuld	1	0.9	10	3.3
Totaal	111	100	299	100

Gezinssituatie

	Mixdrankjes voor kinderen		Overige ouders	
	Aantal	%	Aantal	%
Getrouwd/Samenwonend	101	91.0	250	83.6
Alleenstaand	8	7.2	45	15.1
Anders	0	0	0	0
Niet ingevuld	2	1.8	4	1.3
Totaal	111	100	299	100

Aantal kinderen

	Mixdrankjes voor kinderen		Overige ouders	
	Aantal	%	Aantal	%
1	4	3.6	26	8.8
2	37	33.3	152	50.8
3	55	49.5	91	30.4
4	10	9.0	18	6.0
5	1	0.9	6	2.0
6	0	0	1	0.3
Niet ingevuld	4	3.6	5	1.7
Totaal	111	100	299	100
Gemiddelde score	2.70**		2.42**	

**significant op niveau $p < .05$ (t-test; $t=3.00$, $df=399$, $p=.003$)

Regio

	Mixdrankjes voor kinderen		Overige ouders	
	Aantal	%	Aantal	%
10xx – 15xx (N-Holland)	9	8.1	79	26.4
34xx (Utrecht)	2	1.8	8	2.7
43xx – 45xx (Zeeland)	5	4.5	53	17.7
52xx – 57xx (N-Brabant)	15	13.5	42	14.0
73xx (Gelderland)	26	23.4	39	13.0
74xx – 81xx (Overijssel)	47	42.3	69	23.1
Niet ingevuld	7	6.3	9	3.0
Totaal	111	100	299	100

Opleidingsniveau

Opleiding	Score	Mixdrankjes voor kinderen		Overige ouders	
		Aantal	%	Aantal	%
Geen opleiding (lager onderwijs: niet afgemaakt)	1	0	0	5	1.6
Lager onderwijs (basisschool, speciaal basisonderwijs)	2	0	0	4	1.3
Lager of voorbereidend beroepsonderwijs (zoals LTS, LEAO, LHNO, VMBO)	3	15	13.5	20	6.5
Middelbaar algemeen voortgezet onderwijs (zoals MAVO, (M)ULO, MBO-kort, VMBO-t)	4	14	12.6	54	17.6
Middelbaar beroepsonderwijs en beroepsbegeleidend onderwijs (zoals MBO-lang, MTS, MEAO, BOL, BBL, INAS)	5	39	35.1	65	21.2
Hoger algemeen en voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (zoals HAVO, VWO, Atheneum, Gymnasium, HBS, MMS)	6	20	18.0	42	13.7
Hoger beroepsonderwijs (zoals HBO, HTS, HEAO, HBO-V, kandidaats wetenschappelijk onderwijs)	7	18	16.2	78	23.5
Wetenschappelijk onderwijs (universiteit)	8	2	1.8	25	8.4
Anders (oa school in buitenland)	0	1	0.9	4	1.3
Niet ingevuld	0	2	1.8	9	2.9
Totaal	-	111	100	306	100
Gemiddelde score		5.17**		5.50**	

**significant op niveau $p < .05$ (t-test; $t = -2.14$, $df = 237$, $p = .033$)

Supermarktbezoek

Nooit / Ken ik niet (0)
 Zelden (1)
 Af en toe (2)
 Frequent (3)
 Heel vaak (4)

	Gemiddelde score mixdranken voor kinderen	Gemiddelde score totale respondentgroep	Significantieniveau
Albert Heijn	1.58	2.14	0.00
Aldi	2.60	1.95	0.00
Bas van der Heijden	0.05	0.05	
Bonimarkt	0.23	0.19	
C1000	2.36	1.99	0.03
COOP	0.14	0.13	
Deen	0.07	0.11	
Dekamarkt	0.52	0.24	0.01
Digros	0.03	0.00	
Dino	0.03	0.07	
Dirk van den Broek	0.29	0.60	0.04
Edah	0.68	0.66	
Foodfactory	0.00	0.02	
Hoogland	0.00	0.00	
Jan Linders	0.11	0.06	
Jumbo	0.14	0.14	
Konmar	0.20	0.29	
Lidl	0.69	0.89	
Plus	0.42	0.31	
Super de Boer	0.83	0.54	0.05
Vomar	0.05	0.08	
Anders	0.34	0.42	

Bijlage 6: de vragenlijst

Beste ouder / opvoeder,

Onderzoek over alcohol

Voor u ligt een vragenlijst die hoort bij een onderzoek naar het kopen van alcoholhoudende drank in de supermarkt. Het onderzoek wordt uitgevoerd door onderzoekers van de Universiteit Twente en is in opdracht van STAP (Stichting Alcoholpreventie).

Uw mening is belangrijk

STAP is benieuwd naar uw mening over alcohol in de supermarkt. Er zijn geen goede of foute antwoorden mogelijk. Het gaat puur om uw eigen mening. Het is erg belangrijk dat u de vragenlijst invult, omdat we alleen met veel vragenlijsten een goed onderzoek krijgen. Het invullen duurt ongeveer 5 minuten. De vragenlijst wordt anoniem verwerkt. Dat betekent dat u uw naam er niet op hoeft te zetten.

Win een VVV-bon!

Vijf inzenders van de vragenlijst krijgen een VVV-bon ter waarde van € 20.

1. Heeft u kinderen in de leeftijd 10 tot en met 15 jaar?
 - Ja
 - Nee (ga door met vraag 17)
2. Hoeveel kinderen heeft u? Geef aan of uw kind een jongen of een meisje is. Daarna op welke school hij of zij zit en de leeftijd van uw kind. **Begin met uw oudste kind.**

	Jongen / meisje	Schooltype	Leeftijd
1			
2			
3			
4			
5			

De volgende vragen gaan over het kopen van alcohol in de supermarkt. Eerst volgt nog wat uitleg:

- Met alcohol wordt bedoeld: flesjes, flessen en blikjes waar alcohol in zit, bijvoorbeeld bier, wijn of mixdrankjes (breezers).

- Met de supermarkt bedoelen we **niet** de slijterij die in of direct naast sommige supermarkten aanwezig is. Ook niet als het dezelfde winkel is of dezelfde naam heeft. Het gaat alleen om aankoop van drank in een gewone supermarkt.

3. Koopt u wel eens alcohol in de supermarkt?
 - Ja
 - Nee (ga door naar vraag 18)
4. Welke soorten alcohol koopt u? (meerdere antwoorden mogelijk)
 - Bieren
 - Wijnen
 - Port, Sherry, Vermout
 - Mixdrankjes (Ook wel breezers genoemd. Dit zijn flesjes met bijvoorbeeld Bacardi Breezer, Flash of Smirnoff. Of blikjes met bijvoorbeeld Passoa-jus of Whisky-cola)
 - Anders, namelijk _____

Nu volgen enkele vragen over kant-en-klare mixdrankjes, ook wel breezers genoemd. Koopt u helemaal **nooit** mixdrankjes in de supermarkt ga dan verder met vraag 13.

5. Geef aan wat belangrijk voor u is als u mixdrankjes koopt. Kruis bij elke zin aan of u het helemaal niet belangrijk vindt, niet echt belangrijk, neutraal/weet niet, beetje belangrijk of heel erg belangrijk.

	Helemaal niet belangrijk	Niet echt belangrijk	Neutraal / weet niet	Beetje belangrijk	Heel erg belangrijk
De prijs van mixdrankjes					
Aanbiedingen of kortingen					
Reclame voor mixdrank in de supermarkt					
Veel verschillende soorten mixdrankjes					
De mixdrankjes staan mooi uitgesteld					
Andere mensen in de supermarkt kopen ook mixdrankjes					
Mijn partner gaat mee met boodschappen doen en wil mixdrankjes					
Mijn kind(eren) gaan mee met boodschappen doen en willen mixdrankjes					
Mijn partner wil graag dat ik mixdrankjes koop					
Mijn kind(eren) willen graag dat ik mixdrankjes koop					

6. Welke **merken** mixdrankjes koopt u in de supermarkt? (kruis aan, u mag meerdere antwoorden aankruisen)
- Bacardi Breezer (alle smaken)
 - Bacardi Breezer Light (alle light smaken)
 - Smirnoff Ice (Red en/of Black)
 - Safari Luna (alle smaken)
 - Eristoff (alle smaken)
 - WKD (alle smaken)
 - Passoa Diablo
 - Baja on the Beach
 - Pisang ambon & Jus d'orange mix
 - Whisk(e)y & cola mix (alle merken)
 - Rum & cola mix (alle merken)
 - Anders, namelijk _____

7. Geef aan wat belangrijk voor u is als u een **bepaald merk** mixdrank koopt. Kruis bij elke zin aan of u het helemaal niet belangrijk vindt, niet echt belangrijk, neutraal/weet niet, beetje belangrijk of heel erg belangrijk.

	Helemaal niet belangrijk	Niet echt belangrijk	Neutraal / weet niet	Beetje belangrijk	Heel erg belangrijk
De prijs van mixdrankjes					
Aanbiedingen of kortingen					
Reclame voor mixdrank in de supermarkt					
Veel verschillende soorten mixdrankjes					
De mixdrankjes staan mooi uitgesteld					
Andere mensen in de supermarkt kopen ook mixdrankjes					
Mijn partner gaat mee met boodschappen doen en wil mixdrankjes					
Mijn kind(eren) gaan mee met boodschappen doen en willen mixdrankjes					
Mijn partner wil graag dat ik mixdrankjes koop					
Mijn kind(eren) willen graag dat ik mixdrankjes koop					

8. Voor wie koopt u mixdrankjes in de supermarkt? (meerdere antwoorden mogelijk)
- Mijzelf
 - Mijn partner (man of vrouw, vriend of vriendin)
 - Mijn kind(eren)
 - Anders, namelijk _____
9. Hoe vaak koopt u mixdrankjes in de supermarkt?
- 1 keer per maand of minder
 - 2-3 keer per maand
 - 1 keer per week
 - 2-3 keer per week
 - 4-5 keer per week
 - 6-7 keer per week
10. Hoeveel mixdrankjes koopt u per keer in de supermarkt?
- 1 flesje / blikje
 - 2-3 flesjes / blikjes
 - 4-5 flesjes / blikjes
 - 5-10 flesjes / blikjes
 - 10-20 flesjes / blikjes
 - 20-30 flesjes / blikjes
 - 30 flesjes / blikjes of meer

Het volgende gedeelte gaat over mixdrankjes en uw kinderen. Als u **nooit** mixdrankjes koopt die uw kinderen drinken, ga dan door met vraag 14. Het is natuurlijk ook mogelijk dat u meerdere kinderen heeft die mixdrankjes drinken.

11. Hoeveel van de mixdrankjes die u koopt, wordt door uw kinderen gedronken? Zet per kind een kruisje in de tabel. Houdt hierbij dezelfde volgorde aan als bij vraag 2.

	1	2	3	4	5
Hooguit 1 flesje / blikje per maand					
Hooguit 1 flesje/blikje per week					
2-3 flesjes / blikjes per week					
4-5 flesjes / blikjes per week					
5-10 flesjes / blikjes per week					
10-20 flesjes / blikjes per week					
20-30 flesjes / blikjes per week					
30 flesjes / blikjes of meer per week					

12. Denkt u dat u **precies** weet hoeveel alcohol uw kind(eren) drinkt (drinken)?
- Ja, dat weet ik precies
 - Ja, ongeveer
 - Nee
 - Anders, namelijk _____

Nu volgen wat algemene vragen over u, uw kinderen en alcohol. Bij een aantal vragen wordt gevraagd naar uw mening over het opvoeden van uw kinderen. Als u uw kinderen opvoedt samen met een partner dan kunt u bij die vragen uw gezamenlijke mening opschrijven.

13. Als er in de supermarkt **geen mixdrankjes** meer verkocht zouden worden, vind ik dat
- Goed, want dan kom ik niet steeds in de verleiding om ze te kopen
 - Goed, dat bespaart me een hoop geld
 - Goed, dan zullen jongeren minder drinken
 - Goed, omdat _____
 - Jammer, ik wil alles kunnen kopen wat ik wil
 - Jammer, nou moet ik extra moeite doen om ergens anders mixdrankjes te kopen
 - Jammer, omdat _____
 - Anders, namelijk _____
14. Als in de supermarkt **geen mixdrankjes** meer worden verkocht, zou **ik** precies evenveel mixdrankjes kopen als nu:
- Mee eens, ik zou precies evenveel kopen
 - Mee oneens, ik zou minder mixdrankjes kopen
 - Mee oneens, ik zou meer mixdrankjes kopen
 - Weet niet
 - Anders, namelijk _____
15. Als de supermarkt **geen mixdrankjes** meer verkocht, zouden **mijn kinderen** precies evenveel mixdrankjes drinken als nu het geval is:
- Mee eens, mijn kinderen zouden evenveel mixdrankjes drinken
 - Mee oneens, ze zouden minder mixdrankjes drinken
 - Mee oneens, ze zouden meer mixdrankjes drinken
 - Weet niet
 - Anders, namelijk _____

16. Als er in de supermarkt **geen mixdrankjes** meer te koop zouden zijn, dan zou ik mixdrankjes kopen (meerdere antwoorden mogelijk):
- Bij de slijter
 - Bij winkels als 'Kruidvat' of 'Xenos'
 - Bij de snackbar / in een cafetaria
 - In de horeca
 - Anders, namelijk _____

17. Wat zou u er van vinden als er in de supermarkt **helemaal geen alcohol** meer verkocht zou worden? _____

Waarom? _____

Tot slot willen we graag nog wat gegevens over u weten. Zoals ook al eerder opgemerkt is deze vragenlijst anoniem. U hoeft uw naam er dus niet op te zetten. Wel willen we graag een aantal andere dingen van u weten voor dit onderzoek.

18. Geef aan hoe vaak u boodschappen doet bij de onderstaande supermarkten

	Heel vaak	Frequent	Af en toe	Zelden	Nooit / Ken ik niet
Albert Heijn					
Aldi					
Bas van der Heijden					
Bonimarkt					
C1000					
COOP					
Deen					
Dekamarkt					
Digros					
Dino					
Dirk van den Broek					
Edah					
Foodfactory					
Hoogland					
Jan Linders					
Jumbo					
Konmar					
Lidl					
Plus					
Super de Boer					
Vomar					
Anders, namelijk...					

19. Geef aan of u een man of vrouw bent:
- Man
 - Vrouw

20. Wat is uw gezinssituatie?
- Getrouwd / samenwonend, met _____ kinderen
 - Alleenstaand, met _____ kinderen
 - Anders, namelijk _____
21. De cijfers van mijn postcode zijn _____ (bijvoorbeeld 3589)
22. Mijn hoogst afgemaakte opleiding is (waar u een **diploma** van heeft).
- Geen opleiding (lager onderwijs: niet afgemaakt)
 - Lager onderwijs (basisschool, speciaal basisonderwijs)
 - Lager of voorbereidend beroepsonderwijs (zoals LTS, LEAO, LHNO, VMBO)
 - Middelbaar algemeen voortgezet onderwijs (zoals MAVO, (M)ULO, MBO-kort, VMBO-t)
 - Middelbaar beroepsonderwijs en beroepsbegeleidend onderwijs (zoals MBO-lang, MTS, MEAO, BOL, BBL, INAS)
 - Hoger algemeen en voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (zoals HAVO, VWO, Atheneum, Gymnasium, HBS, MMS)
 - Hoger beroepsonderwijs (zoals HBO, HTS, HEAO, HBO-V, kandidaats wetenschappelijk onderwijs)
 - Wetenschappelijk onderwijs (universiteit)
 - Anders, namelijk _____
23. Hoe komt u aan deze vragenlijst? _____

Wij danken u heel erg voor het invullen van deze vragenlijst!

*Onder de inzenders verloten wij **5 VVV bonnen van €20**. Wilt u kans maken op een prijs? Vul dan op de losse strook uw contactgegevens in.*

STAP is op zoek naar mensen die vaker met een onderzoek mee willen doen. U wordt maximaal twee keer per jaar gevraagd. U kunt per keer beslissen of u mee wilt doen. Wij hopen dat wij u nog een keer mogen benaderen voor een onderzoek. Vul op de strook uw keuze in.

*Deze vragenlijst kunt u in de bijgevoegde retourenvelop doen en zonder postzegel in de brievenbus doen. Als u de envelop kwijt bent, kunt u de brief in een gewone envelop doen. Er hoeft ook in dat geval geen postzegel op de brief. Het adres is: **Universiteit Twente, Antwoordnummer 323, 7500 VB Enschede, Gebouw Cubicus, t.a.v. J.J. van Hoof***

De vragenlijst is anoniem. Als u de losse strook invult en opstuurt zullen uw gegevens apart van de vragenlijst verwerkt worden.