

Rapport regio Noord-Holland Noord

Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 16 jaar

Nalevingsonderzoek regio Noord-Holland Noord 2013

Colofon

Auteurs: Fieke Franken
Amber Bosman

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

Utrecht, januari 2014

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



Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1 Inleiding	6
1.1 Drank- en Horecawet	6
1.2 Alcoholbeleid regio Noord-Holland Noord	7
2 Methode	8
2.1 Onderzoeksvragen	8
2.2 Onderzoeksmethode	8
2.3 Selectie verkooppunten Noord-Holland Noord	9
3 Resultaten reguliere verkooppunten	10
3.1 Nalevingspercentage regio Noord-Holland Noord	10
3.2 Nalevingspercentage per type verkooppunt	10
3.3 Nalevingspercentage per gemeente	11
3.4 Nalevingspercentage per subregio	12
3.5 Gepleegde interventies	12
3.6 Effecten van schenktijdenbeleid en deurbeleid	14
3.7 Variabelen die de naleving beïnvloeden	15
3.8 Vergelijking met nalevingsonderzoeken uit 2010 en 2011	15
3.9 Vergelijking met landelijk nalevingsonderzoek	16
4 Resultaten hotspots	17
4.1 Nalevingspercentage hotspots regio Noord-Holland Noord	17
4.2 Nalevingspercentage hotspots per type verkooppunt	17
4.3 Gepleegde interventies bij hotspots	18
5 Conclusies	19
5.1 Naleving van de leeftijdsgrenzen	19
5.2 Gepleegde interventies en hun effectiviteit	19
5.3 Variabelen die de naleving beïnvloeden	20
5.4 Vergelijking naleving met onderzoeken uit 2010 en 2011	20
5.5 Vergelijking met landelijk nalevingsonderzoek	21
Referentielijst	22

Samenvatting

In dit rapport worden de resultaten van het nalevingsonderzoek in de regio Noord-Holland Noord beschreven. Met behulp van de onderzoeksmethode mystery-shopping is onderzocht hoe de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol in 2013 door alcoholverstrekkers in de regio Noord-Holland Noord is nageleefd. Het nalevingsonderzoek is uitgevoerd in meerdere weekenden in oktober en november 2013 bij supermarkten, slijterijen, cafetaria's, horeca, sportkantines en jongerencentra.

Om de gemiddelde naleving in de regio Noord-Holland Noord te onderzoeken zijn in totaal 606 geldige aankoopogingen gedaan bij alcoholverkooppunten (447 reguliere verkooppunten en 159 hotspots). Uit het onderzoek is gebleken dat bij 156 van de 606 aankoopogingen (26%) de verkoper de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol correct naleeft.

Daarnaast zijn 147 van de 159 hotspots voor een tweede keer bezocht, wat in totaal resulteert in 306 aankoopogingen bij hotspots. Hotspots zijn verkooppunten waarover de gemeenten signalen ontvangen dat de naleving niet in orde is. Het zijn vaak verkooppunten waar veel jongeren komen en waar de naleving van de leeftijdsgrenzen nog belangrijker is. Bij de hotspots blijkt dat het nalevingspercentage 24% is.

Bij 287 van de 606 reguliere aankoopogingen (47%) werd door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs of beide gevraagd. Na een interventie door de verkoper werd er 152 keer (van de 287 aankoopogingen) correct nageleefd (53%). Bij de hotspots werd bij 127 van de 306 aankoopogingen (42%) door de verkoper een interventie gepleegd. Tijdens het onderzoek konden de mystery-shoppers bij verschillende aankoopogingen geen alcohol kopen omdat er een schenktijdenbeleid gold, of omdat zij door de portier werden tegengehouden. Deze twee methoden blijken daarmee effectief in het beperken van de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren.

De regio Noord-Holland Noord bestaat uit drie subregio's die samenwerken bij de bestrijding van overmatig alcoholgebruik: West-Friesland, Noord-Kennemerland en de Kop van Noord-Holland. In de afgelopen jaren zijn in deze subregio's nalevingsonderzoeken uitgevoerd bij reguliere verkooppunten. In West-Friesland (2011) was het nalevingspercentage bij de reguliere verkooppunten gemiddeld 29%, in de Kop van Noord-Holland (2011) 38%, en in de regio Noord-Kennemerland (2010) 33%. Deze percentages liggen hoger dan het regionale nalevingspercentage van 26% in 2013.

In 2013 is een landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrenzen uitgevoerd bij onder andere sportkantines, supermarkten, slijterijen, cafetaria's en horeca. Wanneer de landelijke nalevingspercentages van de verschillende type verkooppunten worden vergeleken met die uit de regio is de naleving als volgt:

- Supermarkten 55% (landelijk) en 50% (regio)
- Slijterijen 63% (landelijk) en 22% (regio)
- Cafetaria's 15% (beide)
- Horeca 14% (landelijk) en 19% (regio)
- Sportkantines 15% (landelijk) en 20% (regio)

1 Inleiding

Om de beschikbaarheid van alcohol in de regio Noord-Holland Noord vast te stellen, heeft de regio in 2013 door het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP) een nalevingsonderzoek laten uitvoeren. Hiervoor is gekeken naar de naleving van de leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van alcohol, waarbij door middel van mystery-shoppen een representatief beeld van de naleving in de regio Noord-Holland Noord wordt vastgesteld.

In deze inleiding wordt ingegaan op de achterliggende wetgeving: de Drank- en Horecawet en het alcoholbeleid van de regio Noord-Holland Noord. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de onderzoeksvragen en de methode mystery-shoppen, in hoofdstuk 3 en 4 wordt ingegaan op de resultaten en het rapport sluit af met de conclusies in hoofdstuk 5.

1.1 Drank- en Horecawet

De beperking van leeftijd voor het verstrekken van alcohol is vastgelegd in de Drank- en Horecawet:

“Het is verboden bedrijfsmatig of anders dan om niet alcoholhoudende drank te verstrekken aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt. Onder verstrekken als bedoeld in de eerste volzin wordt eveneens begrepen het verstrekken van alcoholhoudende drank aan een persoon van wie is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt, welke drank echter kennelijk bestemd is voor een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt” (DHW; artikel 20, lid 1). * Sinds 01-01-2014 is deze leeftijd verhoogd naar 18 jaar*

In de wet is ook de bepaling opgenomen dat de verkoper van alcoholhoudende drank verplicht is te vragen naar een geldig leeftijdsdocument als niet ‘onmiskenbaar duidelijk’ is dat de koper oud genoeg is. Bij gebrek aan een geldig leeftijdsdocument, mag er geen alcohol aan jongeren verkocht worden.

Goede naleving door alcoholverstrekkers is een essentieel onderdeel van effectief lokaal alcoholbeleid. Onderzoek van Intraval¹ laat zien dat de verstrekkers van alcohol een ander beeld geven van de naleving van de leeftijdsgrenzen dan de minderjarige jongeren dat zelf doen. In 2011 geeft 57% van de horecagelegenheden, 88% van de slijterijen en 97% van de levensmiddelenzaken aan bij jongeren naar het identiteitsbewijs te vragen. De verstrekkers van alcohol geven dus aan strikt toe te zien op de naleving van de leeftijdsgrenzen, terwijl ruim 9 op de 10 jongeren onder de leeftijdsgrens aangeven gemakkelijk alcohol te kunnen kopen. Deze uitkomsten vallen niet met elkaar te rijmen.

1.2 Alcoholbeleid regio Noord-Holland Noord

Om het huidige nalevingsniveau van de leeftijdsgrenzen bij verschillende type verkooppunten te kunnen vaststellen is in de regio Noord-Holland Noord de mystery-shop methode toegepast. Het laten uitvoeren van nalevingsonderzoeken is onderdeel van het integrale alcoholbeleid van de regio, in het regionale project 'In Control of Alcohol'².

In Control of Alcohol:

In 2007 startte de uitvoering van het project 'Westfrisse Jeugd' in West-Friesland. Later volgden 'Helder in de Kop' in de Kop van Noord-Holland en 'Nuchter Kennemerland' in Noord-Kennemerland. Aanleiding waren de verontrustende cijfers en berichten van kinderen die steeds jonger, vaker en meer alcohol dronken. Vanaf 2013 is er het voornemen om de alcoholproblematiek onder regie van GGD Hollands Noorden en het programmabureau Integrale Veiligheid gezamenlijk aan te pakken in de hele regio Noord-Holland Noord. De aanpak kent één belangrijk gemeenschappelijk doel: 'Toenemende bewustwording onder jongeren, ouders en alcoholaanbieders van het alcoholgebruik onder jongeren en de risico's en gevolgen hiervan'.

Elke regio had een andere invalshoek, veel zaken werden verschillend georganiseerd. In 2012 is geïnventariseerd waar per regio of gemeente rekening mee moet worden gehouden en wat goed is gegaan. Ook zijn er nieuwe activiteiten ontwikkeld en uitgevoerd voor bijvoorbeeld jongeren in het speciaal voortgezet onderwijs en krijgen ouders een interactieve 'ouderavond' aangeboden. Sociale media zijn het middel om de jongeren ook interactief te bereiken. Dit is effectiever dan dure voorlichtingscampagnes.

Ook nieuw is de zogenaamde 'intersectorale aanpak', het betrekken van gemeentelijke beleidsterreinen zoals sport, onderwijs en/of veiligheid. De gemeenten in de regio werken intussen efficiënt samen. Door die samenwerking is er eenduidigheid in de alcoholboodschap. Een andere belangrijke ontwikkeling is dat interventies plaatsvinden op de zogenaamde 'vindplaatsen' van jongeren, de plaatsen waar ze elkaar ontmoeten. Naast acties gericht op scholen en ouders, richten zij zich nu ook op sportverenigingen, uitgaansgelegenheden en jongerenwerk en werken zij intensiever samen met instellingen zoals Brijder Verslavingszorg, GGZ Noord-Holland Noord, Halt en de politie. De invoering van de nieuwe Drank en Horecawet wordt dan ook gezamenlijk opgepakt. Alle preventieve, repressieve en communicatieve activiteiten gericht op de alcoholproblematiek, vinden vanaf 2013 plaats onder één noemer: In Control of Alcohol (www.ggdhollandsnoorden.nl)².

2 Methode

2.1 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag

Welk percentage van de alcoholverkooppunten in de regio Noord-Holland Noord houdt zich aan de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van zwak-alcoholhoudende drank aan jongeren?

Subvragen

1. Wat is het nalevingspercentage per type alcoholverkoop punt in de regio Noord-Holland Noord?
2. Welke interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) plegen verkopers van alcohol?
3. In welke mate resulteren de interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) in een correcte naleving?
4. Hoe is het nalevingspercentage in 2013 in de regio Noord-Holland Noord veranderd ten opzichte van de onderzoeken uit 2010 en 2011?
5. Hoe verhoudt het nalevingspercentage in de regio Noord-Holland Noord zich in vergelijking met het landelijk gemiddelde uit 2013?

2.2 Onderzoeksmethode

Toetsing heeft plaatsgevonden met behulp van de methode ‘mystery-shopping’ waarbij 15-jarige jongeren aan de hand van een beproefd protocol, onder toezicht van onderzoekers van STAP, geprobeerd hebben alcohol te kopen bij supermarkten, horecagelegenheden, slijterijen, jongerencentra, cafetaria’s en sportkantines. De onderzoekers zijn in samenwerking met Wageningen Universiteit geworven en getraind. De onderzoeksmethode ‘mystery-shopping’ is een wetenschappelijk aanvaarde onderzoeksmethode die betrouwbare gegevens oplevert over de naleving van de leeftijdsgrenzen. De methode wordt veelvuldig gebruikt in Nederland, Europa en in de VS. De Nederlandse variant is in 2007 ontwikkeld door de Universiteit Twente en het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP)³.

Sinds 1 januari 2013 is het verboden voor jongeren onder de 16 jaar om alcohol in bezit te hebben op voor publiek toegankelijke plaatsen (met uitzondering van winkels). Om te voorkomen dat de jongeren die meewerken aan het mystery-shop onderzoek strafbaar zijn, is de onderzoeksmethodiek aangepast. In de mystery-shopmethode wordt daarom gewerkt met een koppel van een 15- en een 16-jarige jongere. Hierbij wordt de feitelijke aankoop poging altijd gedaan door de 15-jarige. Als de alcohol gekocht kan worden neemt de 16-jarige mystery-shopper de alcohol over van de 15-jarige. Hiermee wordt uitgesloten dat de jongeren die meewerken aan het onderzoek strafbaar zijn.

Bij de selectie van de jongeren wordt erop gelet dat de jongeren niet alleen 15 en 16 jaar zijn, maar er ook uitzien als ‘typische’ 15- en 16-jarigen (qua uiterlijk en bouw).

2.3 Selectie verkooppunten Noord-Holland Noord

Om een representatief beeld te krijgen van het nalevingspercentage in de regio Noord-Holland Noord is een representatieve steekproef getrokken uit alle reguliere verkooppunten die de gemeenten hebben aangeleverd. Daarnaast zijn door de gemeenten hotspots aangeleverd. Hotspots zijn verkooppunten waarover de gemeenten signalen ontvangen dat de naleving niet in orde is. Het zijn vaak verkooppunten waar veel jongeren komen en waar de naleving van de leeftijdsgrenzen nog belangrijker is. Deze hotspots zijn elk twee keer bezocht. De resultaten van de hotspots en reguliere verkooppunten geven gezamenlijk weer in welke mate jongeren onder de 16 jaar alcohol kunnen kopen in de regio Noord-Holland Noord.

Een representatief beeld van de naleving in de regio wordt weergegeven in hoofdstuk 3 waar wordt ingegaan op de resultaten van de reguliere verkooppunten plus de eerste bezoeken bij de hotspots. In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op de resultaten van de twee bezoeken bij alle hotspots.

In totaal zijn er tijdens het onderzoek 1149 aankoopogingen gedaan. In het onderzoek kunnen 303 aankoopogingen niet in de resultaten worden meegenomen omdat er geen geldige aankoopoging is gedaan, voornamelijk omdat het verkooppunt op het moment van de aankoopoging gesloten was. Bij 38 van deze 303 aankoopogingen bleek dat er in het verkooppunt geen bier werd verkocht. Dit waren voornamelijk slijterijen (waar alleen sterke drank werd verkocht) en cafetaria's (waar helemaal geen alcohol werd verkocht). Ook werd bij één sportvereniging geen alcohol verkocht en hadden twee sportverenigingen geen kantine. In totaal bleken bij 37 aankoopogingen de verkooppunten niet meer te bestaan (failliet, verhuisd etc.). Ook konden de jongeren bij 4 aankoopogingen geen alcohol kopen omdat het verkooppunt alleen toegankelijk was voor leden.

3 Resultaten reguliere verkooppunten

3.1 Nalevingspercentage regio Noord-Holland Noord

Zoals weergegeven in Tabel 1, hebben de mystery-shoppers bij 450 van de 606 aankoopogingen alcohol kunnen kopen. Hiermee komt de totale gemiddelde naleving van de leeftijdsgrenzen in Noord-Holland Noord uit op 26%.

Tabel 1: Nalevingspercentage regio Noord-Holland Noord

Aantal bezoeken	Aantal keer naleving	Nalevingspercentage
606	156	26%

Daarnaast zijn nog 73 aankoopogingen gedaan waarbij de mystery-shoppers geen alcohol hebben kunnen kopen vanwege het schenktijdenbeleid, en zijn er 6 aankoopogingen gedaan waarbij de mystery-shoppers geen alcohol konden kopen vanwege deurbeleid. Deze aankoopogingen worden besproken in paragraaf 3.6.

3.2 Nalevingspercentage per type verkooppunt

In Tabel 2 staan het aantal bezoeken (N), het aantal keren correcte naleving (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) per type verkooppunt weergegeven. In het onderzoek zijn in totaal 606 aankoopogingen gedaan. De naleving in de supermarkten bedraagt gemiddeld 50%, in de slijterijen 22%, cafetaria's 15%, horeca 19%, sportkantines 20% en in jongerencentra 18%.

Tabel 2: Nalevingspercentage per type verkooppunt

Type verkooppunt	N	CN	%
Supermarkten	131	66	50%
Slijterijen	36	8	22%
Cafetaria's	66	10	15%
Horeca	279	53	19%
Sportkantines	83	17	20%
Jongerencentra	11	2	18%
Totaal	606	156	26%

3.3 Nalevingspercentage per gemeente

In Tabel 3 staan het aantal bezoeken (N), het aantal keer correcte naleving (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) van de verschillende gemeenten in de regio Noord-Holland Noord weergegeven. Vanwege de verschillen in het aantal verkooppunten per gemeente is voorzichtigheid geboden bij het vergelijken van de onderlinge resultaten. Deze aantallen zijn gebaseerd op de verkooppunten die de gemeenten zelf hebben aangeleverd.

Tabel 3: Nalevingspercentage per gemeente

Gemeente	N	CN	%
Alkmaar	76	26	34%
Bergen	45	7	16%
Castricum	33	10	30%
Den Helder	76	16	21%
Drechterland	10	1	10%
Enkhuizen	22	1	5%
Graft-de-Rijp	5	1	20%
Heerhugowaard	22	12	55%
Hollands Kroon	50	12	24%
Hoorn	51	12	24%
Koggenland	19	6	32%
Langedijk	20	9	45%
Medemblik	51	10	20%
Opmeer	11	3	27%
Schagen	64	18	28%
Schermer	6	2	33%
Stedebroec	18	3	17%
Texel	27	7	26%
Totaal	606	156	26%

3.4 Nalevingspercentage per subregio

In Tabel 4 staan het aantal bezoeken (N), het aantal keer correcte naleving (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) van de verschillende subregio's in de regio Noord-Holland Noord weergegeven.

Tabel 4: Nalevingspercentage per subregio

Regio	N	CN	%
Kop van Noord-Holland	217	53	24%
Noord-Kennemerland	207	67	32%
West-Friesland	182	36	20%
Totaal	606	156	26%

3.5 Gepleegde interventies

Om de leeftijd van de koper te controleren kan een verkoper verschillende interventies toepassen: het vragen naar leeftijd, het vragen naar een identiteitsbewijs, of beide. Bij 287 van de 606 aankoopogingen (47%) is door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs of beide gevraagd (zie Tabel 5).

Tabel 5: Interventies per type verkooppunt

Type verkooppunt	Aantal bezoeken	Interventies
Supermarkten	131	92 (70%)
Slijterijen	36	20 (56%)
Cafetaria's	66	30 (45%)
Horeca	279	107 (38%)*
Sportkantines	83	35 (42%)
Jongeren centra	11	3 (27%)
Totaal	606	287 (47%)

**in totaal is één keer door de portier aan de deur om ID gevraagd*

In onderstaande tabellen wordt in totaal en per type verkooppunt weergegeven welke interventies, vragen om leeftijd en/of ID, zijn gepleegd. Ook wordt weergegeven of het plegen van deze interventies als effect hadden dat de jongeren geen alcohol konden kopen en er dus sprake was van

een correcte naleving. Er wordt in totaal 287 keer een interventie gepleegd, waarbij er 152 keer correct is nageleefd (53%).

Tabel 6: Het totaal aantal interventies, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	29	190	68	319	606
Correcte naleving	2	111	39	4*	156
% naleving n.a.v. interventie	7%	58%	57%	1%	26%

**In 3 gevallen gaven de verkopers direct aan dat de jongeren geen alcohol konden kopen, en in 1 geval kende de verkoper de mystery-shopper.*

Tabel 6.1: Het aantal interventies bij supermarkten, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	0	82	10	39	131
Correcte naleving	0	54	10	2	66
% naleving n.a.v. interventie	-	66%	100%	5%	50%

Tabel 6.2: Het aantal interventies bij slijterijen, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	0	16	4	16	36
Correcte naleving	0	7	1	0	8
% naleving n.a.v. interventie	-	44%	25%	0%	22%

Tabel 6.3: Het aantal interventies bij cafetaria's, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	3	20	7	36	66
Correcte naleving	0	8	2	0	10
% naleving n.a.v. interventie	0%	40%	29%	0%	15%

Tabel 6.4: Het aantal interventies bij horeca, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	17	56	34	172	279
Correcte naleving	1	34	17	1	53
% naleving n.a.v. interventie	6%	61%	50%	1%	19%

Tabel 6.5: Het aantal interventies bij sportkantines, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	8	14	13	48	83
Correcte naleving	0	7	9	1	17
% naleving n.a.v. interventie	0%	50%	69%	2%	20%

Tabel 6.6: Het aantal interventies bij jongerencentra, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	1	2	0	8	11
Correcte naleving	1	1	0	0	2
% naleving n.a.v. interventie	100%	50%	-	0%	18%

3.6 Effecten van schenktijdenbeleid en deurbeleid

In deze paragraaf worden de effecten van schenktijdenbeleid en de effecten van deurbeleid besproken. Deze specifieke aankoopogingen (waar deurbeleid en schenktijdenbeleid aanwezig was) zijn niet in de algemene resultaten meegenomen omdat er geen uitspraken over de naleving gedaan kunnen worden op het moment dat de tap wel open is, of dat er geen portier aanwezig is.

Tijdens het onderzoek konden de jongeren bij 71 aankoopogingen bij sportkantines geen alcohol kopen vanwege het schenktijdenbeleid van het verkooppunt. Dat betekent dat de bar van het verkooppunt wel open was, maar er aan niemand alcohol werd geschonken. Dit geldt ook voor jongerencentra, waarbij in 2 gevallen een schenktijdenbeleid gold.

Tijdens het onderzoek konden de jongeren bij 6 aankoopogingen geen alcohol kopen vanwege het deurbeleid. Dit betekent dat de jongeren door de portier zijn geweigerd, en dus niet binnen zijn geweest om een aankoopoging te doen.

Schenktijdenbeleid en deurbeleid hebben gunstige invloed op de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren, echter over feitelijke naleving door de alcoholverstrekker in kwestie kan geen uitspraak worden gedaan.

3.7 Variabelen die de naleving beïnvloeden

Tijdens het onderzoek werd door de mystery-shoppers en de onderzoekers gelet op factoren die mogelijk invloed hebben op het wel of niet kunnen kopen van alcohol, waaronder het geslacht van de jongere, het geslacht van de verkoper, de leeftijd van de verkoper en drukte in het verkooppunt. Uit statistische analyses blijkt dat het geslacht van de jongere, het geslacht van de verkoper en de leeftijd van de verkoper van invloed zijn op het wel of niet naleven van de leeftijdsgrens voor alcohol.

Zo kregen meisjes tijdens de aankoopoging vaker de alcohol mee dan jongens, namelijk bij 79% van de aankoopogingen. Jongens kregen alcohol bij 69% van de aankoopogingen mee. Verder bleek dat vrouwelijke verkopers significant vaker de leeftijdsgrens naleven dan mannelijke verkopers. Van de vrouwelijke verkopers verkocht 30% geen alcohol aan de mystery-shoppers en van de mannelijke verkopers leefde 21% de leeftijdsgrens correct na. Daarnaast hebben de mystery-shoppers de leeftijd geschat van de verkoper waar zij mee te maken hadden. Uit de analyse komt naar voren dat de verkopers die 25 jaar of jonger worden geschat significant vaker naleven dan de verkopers die ouder dan 25 jaar zijn geschat, respectievelijk 33% en 20%. Wanneer wordt gekeken naar de specifieke sectoren blijkt dat dit niet geldt voor de supermarkten en jongerencentra.

De variabele 'drukke in het verkooppunt' bleek geen significante invloed te hebben op het nalevingsgedrag van de verkopers.

3.8 Vergelijking met nalevingsonderzoeken uit 2010 en 2011

De regio Noord-Holland Noord bestaat uit de drie subregio's die samenwerken: West-Friesland, Noord-Kennemerland en de Kop van Noord-Holland. In de afgelopen jaren zijn in al deze subregio's nalevingsonderzoeken uitgevoerd^{4, 5, 6}. In 2010 zijn in de regio Noord-Kennemerland 181 reguliere verkooppunten eenmaal bezocht en 42 hotspots tweemaal. In totaal zijn er 265 aankoopogingen gedaan. Deze aankoopogingen vonden plaats bij supermarkten, slijterijen, horeca, sportkantines, jongerencentra en cafetaria's. In West-Friesland zijn in 2011 in totaal 270 aankoopogingen gedaan, waarbij 182 reguliere verkooppunten eenmaal bezocht en 44 hotspots tweemaal. Ook hier werden 6 verschillende type verkooppunten bezocht. In de Kop van Noord-Holland zijn in 2011 in totaal 202 reguliere verkooppunten eenmaal bezocht, en geen hotspots. Er werden in dit onderzoek geen jongerencentra bezocht.

In Tabel 7 zijn de verschillende nalevingspercentages te zien uit de drie sub-regio's. De nalevingspercentages van deze drie regio-onderzoeken zijn aangepast doordat het schenktijdenbeleid en deurbeleid uit de analyse zijn gehaald. Op deze manier kunnen de resultaten beter vergeleken worden met het huidige onderzoek. In het huidige onderzoek zijn naast de reguliere verkooppunten ook de eerste bezoeken aan de hotspots meegenomen om een representatief beeld van de regio te geven. In de eerdere onderzoeken zijn de hotspots gescheiden van de reguliere

verkooppunten. Daardoor moet voorzichtigheid worden geboden bij het vergelijken van de resultaten.

In Tabel 7 is te zien dat de gemiddelde nalevingspercentages in 2013 lager liggen dan de nalevingspercentages in de subregio's in 2010 en 2011.

Tabel 7: Vergelijking met nalevingsonderzoeken uit 2010 en 2011

Regio	2010/2011	2013
Kop van Noord-Holland	38%	24%
Noord-Kennemerland	33%	32%
West-Friesland	29%	20%

3.9 Vergelijking met landelijk nalevingsonderzoek

In 2013 is een landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrenzen uitgevoerd bij onder andere sportkantines, supermarkten, slijterijen, cafetaria's en horeca⁷. Vijf type verkooppunten kunnen vergeleken worden met het nalevingsonderzoek in de regio Noord-Holland Noord (Tabel 8):

- Supermarkten leven landelijk in 55% van de aankoopogingen de wet na. In de regio Noord-Holland Noord is de naleving 50%.
- Slijterijen leven landelijk de wet in 63% na en in de regio Noord-Holland Noord in 22%.
- Het nalevingspercentage bij cafetaria's is in de regio Noord-Holland Noord gelijk aan het landelijke nalevingspercentage van 15%.
- Horecagelegenheden leven landelijk de wet in 14% van de gevallen na en in de regio Noord-Holland Noord in 19%. Bij beide onderzoek is het deurbeleid niet meegenomen in de analyse.
- Sportkantines in het landelijk onderzoek leven de wet in 15% van de aankoopogingen na. Hier zijn alleen de verkooppunten meegenomen waar geen schenktijdenbeleid aanwezig was tijdens het onderzoek. In Noord-Holland Noord leeft 20% van de sportkantines de wet na (wanneer er geen schenktijdenbeleid aanwezig is).

Tabel 8: Vergelijking naleving landelijke studie met regio Noord-Holland Noord

Type verkooppunt	Landelijk (2013)	Regio Noord-Holland Noord (2013)
Supermarkten	55%	50%
Slijterijen	63%	22%
Cafetaria's	15%	15%
Horeca	14%	19%
Sportkantines	15%	20%
Jongerecentra	-	18%

4 Resultaten hotspots

4.1 Nalevingspercentage hotspots regio Noord-Holland Noord

Hotspots zijn verkooppunten waarover de gemeenten signalen ontvangen dat de naleving niet in orde is. Het zijn vaak verkooppunten waar veel jongeren komen en waar de naleving van de leeftijdsgrenzen dus extra belangrijk is. Elke hotspot is getracht twee keer te bezoeken. In totaal zijn 159 hotspots bezocht, waarvan er 147 tweemaal zijn bezocht. Dit resulteert in 306 aankoopogingen. Zoals weergegeven in Tabel 9, hebben de mystery-shoppers bij 233 van de 306 aankoopogingen alcohol kunnen kopen. Hiermee komt de totale gemiddelde naleving m.b.t. alle hotspots uit op 24%.

Tabel 9: Nalevingspercentage hotspots regio Noord-Holland Noord

Aantal bezoeken	Aantal keer naleving	Nalevingspercentage
306	73	24%

Daarnaast zijn nog 30 aankoopogingen gedaan waarbij de mystery-shoppers geen alcohol hebben kunnen kopen vanwege het schenktijdenbeleid, en zijn er 8 aankoopogingen gedaan waarbij de mystery-shoppers geen alcohol konden kopen vanwege deurbelid.

4.2 Nalevingspercentage hotspots per type verkooppunt

In Tabel 10 staan het aantal bezoeken (N), het aantal keren correcte naleving (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) per type verkooppunt weergegeven. In het onderzoek zijn bij hotspots in totaal 306 aankoopogingen gedaan. De naleving in de supermarkten bedraagt gemiddeld 53%, in de slijterijen 0%, cafetaria's 23%, horeca 21%, sportkantines 6% en in jongerencentra 23%.

Tabel 10: Nalevingspercentage hotspots per type verkooppunt

Type verkooppunt	N	CN	%
Supermarkten	49	26	53%
Slijterijen	9	0	0%
Cafetaria's	13	3	23%
Horeca	189	39	21%
Sportkantines	33	2	6%
Jongerencentra	13	3	23%
Totaal	306	73	24%

4.3 Gepleege interventies bij hotspots

Om de leeftijd van de koper te controleren kan een verkoper verschillende interventies toepassen: het vragen naar leeftijd, het vragen naar een identiteitsbewijs, of beide. Bij 127 van de 306 aankoopogingen (42%) is door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs of beide gevraagd (Tabel 11).

Tabel 11: Interventies bij hotspots per type verkooppunt

Type verkooppunt	Aantal bezoeken	Interventies
Supermarkten	49	38 (78%)
Slijterijen	9	5 (56%)
Cafetaria's	13	5 (38%)
Horeca	189	64 (34%)*
Sportkantines	33	11 (33%)
Jongerencentra	13	4 (31%)
Totaal	306	127 (42%)

**in totaal is één keer door de portier aan de deur om ID gevraagd*

5 Conclusies

Het doel van dit nalevingsonderzoek is om objectief vast te stellen in hoeverre de Nederlandse Drank- en Horecawet (specifiek artikel 20, lid 1) wordt nageleefd in de regio Noord-Holland Noord. Dit onderzoek is uitgevoerd in 2013 op het moment dat de leeftijdsgrens voor zwak-alcoholhoudende drank vast was gesteld op 16 jaar. Vanaf 1 januari 2014 is deze verhoogd naar 18 jaar. In de Drank- en Horecawet is opgenomen dat het verboden is alcoholhoudende drank te verstrekken aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de wettelijke minimum leeftijd heeft bereikt. In de wet is ook de bepaling opgenomen dat de verkoper van alcoholhoudende drank verplicht is te vragen naar een geldig leeftijdsdocument als de koper niet 'onmiskenbaar' de vereiste leeftijd heeft bereikt. Bij gebrek aan een geldig leeftijdsdocument, mag er geen alcohol aan jongeren verkocht worden.

De centrale vraag in het onderzoek is in welke mate verkopers van alcohol in de regio Noord-Holland Noord zich houden aan de wettelijke leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van zwak-alcoholhoudende drank aan jongeren. Deze hoofdvraag en de subvragen worden achtereenvolgens beantwoord.

5.1 Naleving van de leeftijdsgrenzen

Uit de resultaten komt naar voren dat er bij de alcoholverkooppunten 606 aankoopogingen zijn gedaan, waarbij de verkooppunten bij 156 van deze aankoopogingen correct naleefden. Dit betekent dat het gemiddelde nalevingspercentage bij de alcoholverkooppunten in de regio Noord-Holland Noord 26% is. In totaal zijn zes verschillende typen verkooppunten bezocht. Bij supermarkten is het nalevingspercentage 50%. Daarna volgen de slijterijen (22%), sportkantines (20%), horeca (19%), jongerencentra (18%) en cafetaria's (15%).

Wanneer wordt gekeken naar de hotspots, waarbij 306 aankoopogingen zijn gedaan, blijkt dat het nalevingspercentage 24% is. De naleving in de supermarkten bedraagt gemiddeld 53%. In de cafetaria's en jongerencentra is het nalevingspercentage 23%, bij de horeca 21%, bij de sportkantines 6% en bij de slijterijen 0%.

5.2 Gepleegde interventies en hun effectiviteit

In het onderzoek is nagegaan welke interventies door verkopers van alcohol worden toegepast tijdens de aankoopogingen van de mystery-shoppers, en hoe effectief deze interventies zijn voor het naleven van de leeftijdsgrens. Om de leeftijd van de koper te controleren kan een verkoper verschillende interventies toepassen: het vragen naar leeftijd, het vragen naar een identiteitsbewijs,

of beide. Bij de alcoholverkooppunten is bij 287 van de 606 aankoopogingen (47%) door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs of beide gevraagd.

Het vragen naar een identiteitsbewijs (190 keer) is de meest gebruikte vorm van interventie door de verkopers. Daarnaast is 68 keer naar zowel leeftijd als naar een identiteitsbewijs gevraagd, en 29 keer naar alleen leeftijd. In 111 van de 190 (58%) van de keren dat naar identiteitsbewijs werd gevraagd is er correct nageleefd. Dit geldt ook voor de keren dat zowel naar identiteitsbewijs als leeftijd werd gevraagd, waarbij bij 39 van de 68 aankoopogingen correct werd nageleefd (57%). Wanneer alleen naar leeftijd werd gevraagd was de naleving 7%. Er werd bij 319 van de 606 aankoopogingen geen interventie gepleegd. Hierbij konden de mystery-shoppers in 4 gevallen geen alcohol kopen (1%). Bij de hotspots is bij 127 van de 306 aankoopogingen (42%) een interventie gepleegd door de verkoper.

Schenktijdenbeleid en deurbeleid

Tijdens het onderzoek konden de mystery-shoppers bij verschillende aankoopogingen geen alcohol kopen omdat er een schenktijdenbeleid gold, of omdat zij door de portier werden tegengehouden. Bij de reguliere verkooppunten konden de jongeren bij 73 aankoopogingen geen alcohol kopen vanwege het schenktijdenbeleid bij sportverenigingen (71 keer) en jongerencentra (2 keer). Verder werden de mystery-shoppers bij 6 aankoopogingen door de portier geweigerd bij horeca (5 keer) en bij jongerencentra (1 keer).

Het effect van schenktijdenbeleid en deurbeleid is vooral dat de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren wordt verminderd. Het zegt niets over de feitelijke naleving als de tap wel open is, of als er in de “daluren” geen portier aanwezig is.

5.3 Variabelen die de naleving beïnvloeden

Tijdens het onderzoek werd door de mystery-shoppers en de onderzoekers gelet op factoren die mogelijk invloed hebben op het wel of niet kunnen kopen van alcohol, waaronder het geslacht van de jongere, het geslacht van de verkoper, leeftijd van de verkoper en drukte in het verkooppunt. Hieruit blijkt dat vrouwelijke verkopers beter naleefden dan mannelijke verkopers, en dat verkopers van 25 jaar of jonger beter naleefden dan verkopers ouder dan 25 jaar (uitgezonderd supermarkten). Ook bleek dat meisjes vaker de alcohol mee kregen dan jongens.

5.4 Vergelijking naleving met onderzoeken uit 2010 en 2011

De regio Noord-Holland Noord bestaat uit de drie subregio's die samenwerken: West-Friesland, Noord-Kennemerland en de Kop van Noord-Holland. In de afgelopen jaren zijn in al deze subregio's nalevingsonderzoeken uitgevoerd bij reguliere verkooppunten. In West-Friesland (2011) was het nalevingspercentage bij de reguliere verkooppunten 29%, in de Kop van Noord-Holland (2011) 38%, en in de regio Noord-Kennemerland (2010) 33%. Deze percentages liggen hoger dan het regionale nalevingspercentage in 2013 van 26%.

5.5 Vergelijking met landelijk nalevingsonderzoek

In 2013 is een landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrenzen uitgevoerd bij onder andere sportkantines, supermarkten, slijterijen, cafetaria's en horeca. Wanneer de landelijke nalevingspercentages van de verschillende type verkooppunten worden vergeleken met die uit de regio is de naleving als volgt:

- Supermarkten 55% (landelijk) en 50% (regio)
- Cafetaria's 15% (beide)
- Horeca 14% (landelijk) en 19% (regio)
- Sportkantines 15% (landelijk) en 20% (regio)
- Slijterijen 63% (landelijk) en 22% (regio)

Referentielijst

1. Bieleman, B., Kruize, A., Zimmerman, C. (2011). Monitor alcoholverstrekking jongeren 2011. Stichting IntraVal.
2. Website GGD Hollands Noorden:
<http://www.ggdhollandsnoorden.nl/publicaties/jaarverslagen/jaarverslag-2012/in-control-of-alcohol-en-drugs.aspx> (laatst bekeken op 27-01-2014).
3. Gosselt, J.F., Van Hoof, J.J., De Jong, M.D.T., & Prinsen, S. (2007). Mystery shopping and alcohol sales: do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers? *Journal of Adolescent Health*, 41(3), 302-308.
4. Franken, F., Gosselt, J., & Baas, N. (2010). Alcohol en Jongeren in Noord-Kennemerland - Herhaalmeting nalevingsonderzoek. STAP en Universiteit Twente.
5. Franken, F., Gosselt, J., & Krokké, J. (2011). Alcohol en Jongeren in Kop van Noord-Holland – Nalevingsonderzoek. STAP en Universiteit Twente.
6. Franken, F., Krokké, J. & Van Hoof, J. (2011). Alcohol en jongeren in West-Friesland - Nalevingsonderzoek, tweede meting. STAP en Universiteit Twente.
7. Roodbeen, R., Joe Lie, K., Schelleman-Offermans, K., (2014). Alcoholverkoop aan jongeren. Ontwikkeling in de landelijke naleving van de leeftijdsgrenzen. Nuchter.



Meer informatie

→ www.stap.nl