
Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 18 jaar

Nalevingsonderzoek regio Noord-Holland Noord 2015

Colofon

Auteurs: Anke van Beurden Msc
Fieke Franken Msc
Kirsten Vegt Msc

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

Utrecht, juli 2015

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.

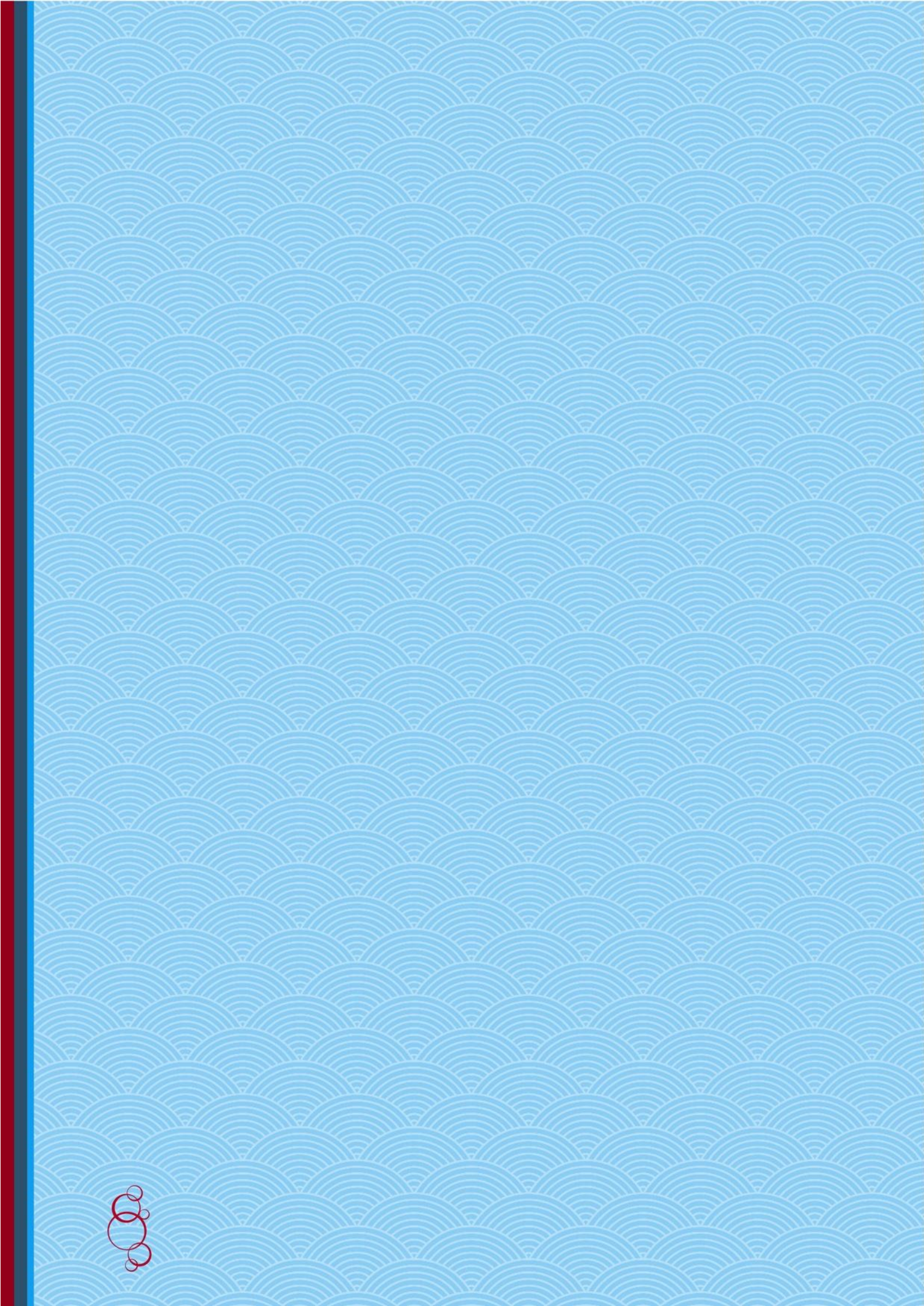
Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 18 jaar

Nalevingsonderzoek regio Noord-Holland Noord

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding	9
1.1 Drank- en Horecawet	9
1.2 Alcoholbeleid regio Noord-Holland Noord	10
2 Methode	13
2.1 Onderzoeksvragen	13
2.2 Onderzoeksmethode	13
2.3 Selectie verkooppunten regio Noord-Holland Noord	14
3 Resultaten	16
3.1 Nalevingspercentage	16
3.2 Nalevingspercentage per type verkooppunt	16
3.3 Nalevingspercentage per gemeente	17
3.4 Nalevingspercentage per subregio	17
3.5 Gepleegde interventies	18
3.6 Effecten van schenktijdenbeleid en deurbeleid	20
3.7 Variabelen die van invloed zijn op het nalevingspercentage	21
3.8 Vergelijking regionaal nalevingsonderzoek 2013	21
3.9 Vergelijking met landelijke nalevingsonderzoek	23
4 Conclusie en aanbevelingen	26
4.1 Conclusie	26
4.1.1 Naleving van de leeftijdsgrenzen	26
4.1.2 Gepleegde interventies en hun effectiviteit	26
4.1.3 Variabelen die naleving beïnvloeden	27
4.1.4 Vergelijking regionaal en landelijk nalevingsonderzoek	27
4.2 Aanbevelingen	28
4.2.1 Aanbevelingen gemeenten	28
4.2.2 Aanbevelingen verstrekkers	29
Literatuurlijst	32





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 18 jaar voor de verkoop van alcohol in 2015 door alcoholverstrekkers in de regio Noord-Holland Noord is nageleefd.

Om de gemiddelde naleving in de regio Noord-Holland Noord te onderzoeken zijn in totaal 743 aankoopogingen gedaan bij alcoholverkooppunten. Tijdens het onderzoek konden de mystery-shoppers bij verschillende aankoopogingen geen alcohol kopen omdat er een schenktijdenbeleid van kracht was (46 verkooppunten), of omdat zij door de portier werden tegengehouden (2 verkooppunten). Deze twee werkwijzen blijken effectief in het beperken van de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren.

Uit het onderzoek is gebleken dat bij de overige 695 verkooppunten 218 keer (31%) de verkoper de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van alcohol correct naleeft. Bij 313 van de 695 aankoopogingen (45%) werd door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs of beide gevraagd. Na een interventie door de verkoper werd er 207 keer (van de 313 aankoopogingen) correct nageleefd (66%).

De regio Noord-Holland Noord bestaat uit drie subregio's die de afgelopen jaren nalevingsonderzoeken uit hebben laten voeren: West-Friesland, Noord-Kennemerland en de Kop van Noord-Holland. In West-Friesland (2011) was het nalevingspercentage bij de 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 2013, deze was namelijk 26%. Het huidige regionale nalevingspercentage (2015) is met 5 procentpunten gestegen naar 31%.

Een landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrenzen is in 2015 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; cafetaria's 10% landelijk en 20% regionaal, horeca 16% landelijk en 25% regio, slijterijen respectievelijk 33% en 45%, sportkantines respectievelijk 9% en 19% en supermarkten respectievelijk 53% en 51%.

Aan de hand van de uitkomsten geven we de gemeenten een aantal aanbevelingen:

- Stel binnen de gemeentelijk organisatie met meerdere afdelingen een gezamenlijk nalevingsbeleid op en geef hier een praktische uitvoering aan
- Communiceer met alcoholverstrekkers
- Wissel kennis uit tussen verschillende verkooppunten en tussen toezichthouders

- Blijf de naleving monitoren

Daarnaast adviseren we verstrekkers het volgende:

- Gebruik leeftijdscontrolesystemen
- Train verkopers van alcohol
- Voer zelfcontroles uit door middel van mystery-shoppers

1 Inleiding

Om de verkrijgbaarheid van alcohol in de regio Noord-Holland Noord vast te stellen, heeft de regio door het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP een nalevingsonderzoek laten uitvoeren in 2015. Tijdens de studie is de naleving van de huidige leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van alcohol onderzocht met 17-jarige mystery-shoppers.

In 2010 heeft in de subregio's West-Friesland en Noord-Kennemerland een eerste nalevingsonderzoek plaatsgevonden naar de leeftijdsgrens van 16 jaar (de leeftijdsgrens voor alcohol die destijds gold). In 2011 heeft ook de subregio Kop van Noord-Holland een eerste meting uit laten voeren. In 2013 heeft in de regio Noord-Holland Noord een herhaalmeting plaatsgevonden van de naleving van de leeftijdsgrens van 16 jaar. Het huidige onderzoek vormt een tweede herhaalmeting naar de naleving, maar vormt het eerste onderzoek in de regio Noord-Holland Noord naar de huidige leeftijdsgrens van 18 jaar. Tijdens het onderzoek heeft bij 763 verkooppunten een aankoop poging plaatsgevonden, die een representatief beeld geven van de naleving in de regio Noord-Holland Noord.

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 worden de onderzoeksvragen en de methode van het mystery-shoppen beschreven. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de resultaten en het rapport sluit af met conclusies en aanbevelingen in hoofdstuk 4.

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 18 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 18 jaar heeft bereikt, welke drank echter kennelijk bestemd is voor een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt' (DHW; artikel 20, lid 1).

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

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 regionale programma 'In control of alcohol & drugs'.

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. De aanpak kent twee sporen:

- a. doorgaan met het wijzen op de schadelijke gevolgen en de gezondheids- en veiligheidsrisico's door gebruik van alcohol; het gaat om een toenemende bewustwording onder jongeren, ouders en alcoholaanbieders over het alcoholgebruik onder jongeren;
- b. terugdringen van de beschikbaarheid en het bezit van alcohol en het intensiveren van het toezicht en handhaven van de regels uit de Drank- en Horecawet.

Dit doen we door het voortzetten van een gesloten keten van preventie, signalering, hulp- en zorgverlening en handhaving.

Samenwerken

Voor het bereiken van resultaten op beide sporen werken de gemeenten uit Noord-Holland Noord, GGD Hollands Noorden, Samenwerkingsverband Integrale Veiligheid Noord-Holland, Veiligheidsregio NHN, politie, welzijnsinstellingen (jongerenwerk), schoolbesturen, sportverenigingen, Brijder Jeugd en GGZ Noord-Holland Noord samen om het alcohol- en drugsgebruik onder jongeren in de hele regio Noord-Holland Noord verder terug te dringen. Door die samenwerking is er eenduidigheid in de alcoholboodschap. Een andere belangrijke ontwikkeling is dat door de samenwerking interventies gericht plaatsvinden op de zogenaamde 'vindplaatsen' van jongeren, de plaatsen waar ze elkaar ontmoeten. Naast acties gericht op scholen en ouders, gaat het om sportverenigingen en uitgaansgelegenheden/dansevenementen.

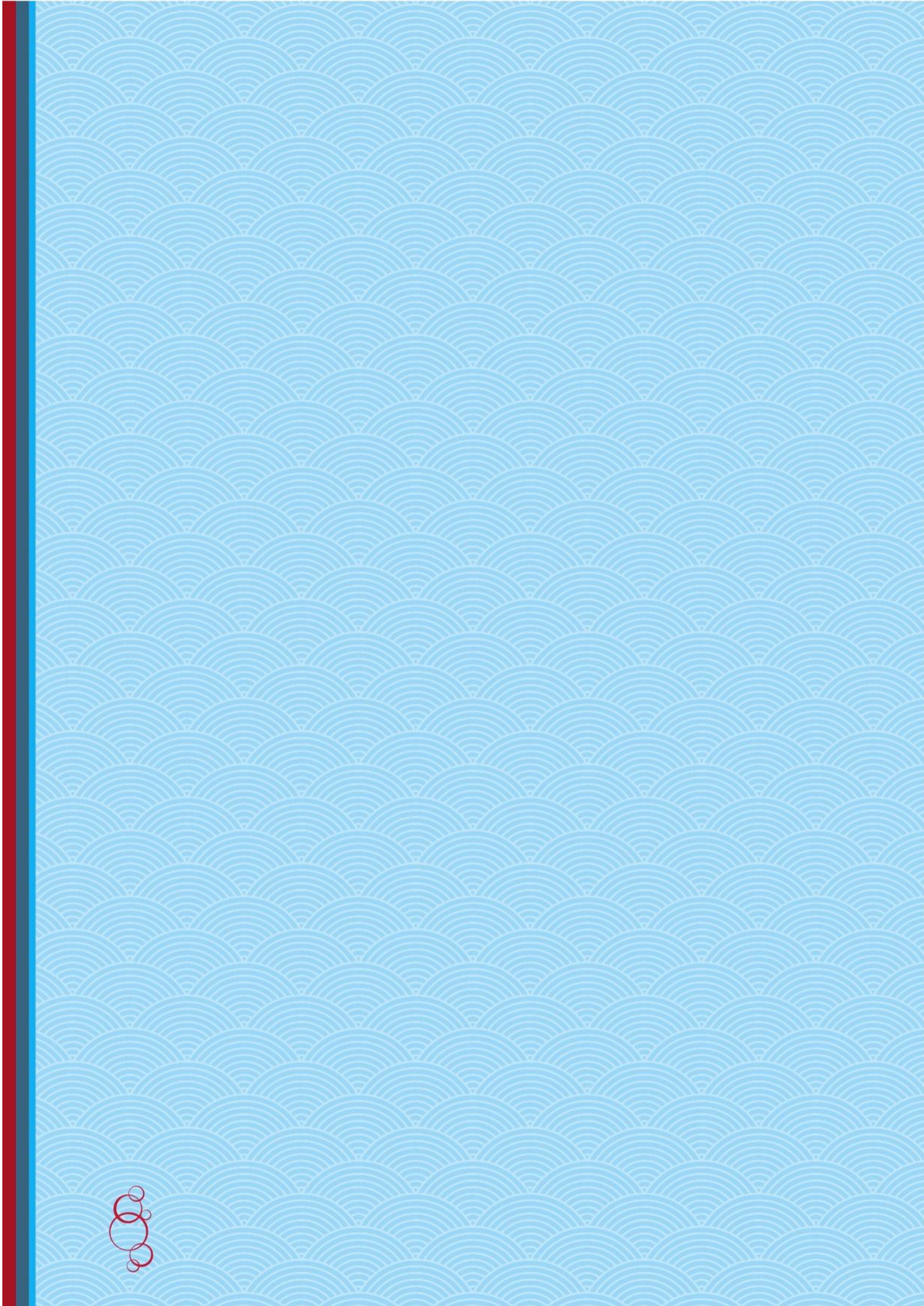
Invoeren regels uit de Drank- en Horecawet

Alle gemeenten hebben werk gemaakt om de nieuwe regels uit de Drank- en Horecawet in te voeren. Zo zijn er regels opgenomen over schenktijden door paracommerciële instellingen en is er een handhavingsbeleid ontwikkeld. Het toezicht op de Drank- en Horecawet is geregeld door alle gemeenten en er zijn stappen gezet om toezichthouders van gemeenten onderling uit te wisselen. Ten slotte is extra aandacht geschonken aan de leeftijdsverhoging naar 18 jaar, in navolging van de landelijke campagne.

Lange adem

Jongeren, ouders en alcoholverstrekkers bewust maken van de risico's vergt een lange adem. We zien dat het alcoholgebruik onder de jongste doelgroep (16-) afneemt en dat jongeren later beginnen met het drinken van alcohol. Helaas belanden er nog steeds teveel jongeren op de alcoholpoli's van de ziekenhuizen in Noord-Holland Noord. Ook de tolerantie van ouders ten aanzien van het alcoholgebruik door hun kinderen stijgt weer. De rol van ouders dient daarom nog centraler te

worden gesteld in de aanpak. Maar ook de rol van alcoholverstrekkers blijft cruciaal. Nog steeds komen jongeren te gemakkelijk aan alcohol. Na enkele mystery-shoponderzoeken blijkt dat de naleving van de leeftijdsgrens nog onvoldoende is.



2 Methode

2.1 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag

Welk deel van de alcoholverstrekkers in de regio Noord-Holland Noord houdt zich aan de wettelijke leeftijdsgrens van 18 voor de verkoop van alcoholhoudende drank aan jongeren?

Subvragen

1. Wat is het gemiddelde nalevingspercentage in de regio Noord-Holland Noord?
2. Wat is het gemiddelde nalevingspercentage per type verkooppunt?
3. Welke interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) plegen verkopers van alcohol?
4. In welke mate resulteren de interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) in een correcte naleving?
5. Hoe is het nalevingspercentage in 2015 in de regio Noord-Holland Noord veranderd ten opzichte van 2013 en hoe verhouden deze zich ten opzichte van de landelijke cijfers uit 2015?

2.2 Onderzoeksmethode

Toetsing heeft plaatsgevonden met behulp van de methode ‘mystery-shopping’, waarbij minderjarige jongeren aan de hand van een beproefd protocol, onder toezicht van onderzoekers van het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP, geprobeerd hebben alcohol te kopen bij supermarkten, cafetaria’s, slijterijen, horecagelegenheden, jongerencentra en sportkantines. De jongeren hebben bij alle verkooppunten zwak-alcoholhoudende drank (bier) proberen te kopen. Bij een aantal aankoop pogingen werd door het verkooppunt geen bier verkocht, waardoor de mystery-shoppers wijn of sterke drank hebben proberen te kopen.

Wanneer de 17-jarige jongeren om een identiteitsbewijs werd gevraagd, hebben ze hun eigen identiteitsbewijs laten zien. Wanneer er werd gevraagd naar hun leeftijd werd er door de 17-jarige jongeren aangegeven dat ze 18 jaar zijn. Dit zal in de ‘werkelijkheid’ ook door minderjarige jongeren gedaan worden die proberen alcohol te kopen.

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’ van het mystery-shop onderzoek is in 2007 ontwikkeld door de Universiteit Twente en het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP¹.

Sinds 1 januari 2014 is het verboden voor jongeren onder de 18 jaar om alcohol in bezit te hebben op voor publiek toegankelijke plaatsen (met uitzondering van winkels). In het onderzoek wordt voorkomen dat de 17-jarige jongeren die meewerken aan het mystery-shop onderzoek een strafbaar feit plegen, door ook 18-jarige jongeren mee te laten werken. Nadat de 17-jarige jongere alcohol heeft gekocht, neemt de 18-jarige mystery-shopper de alcohol over van de 17-jarige mystery-

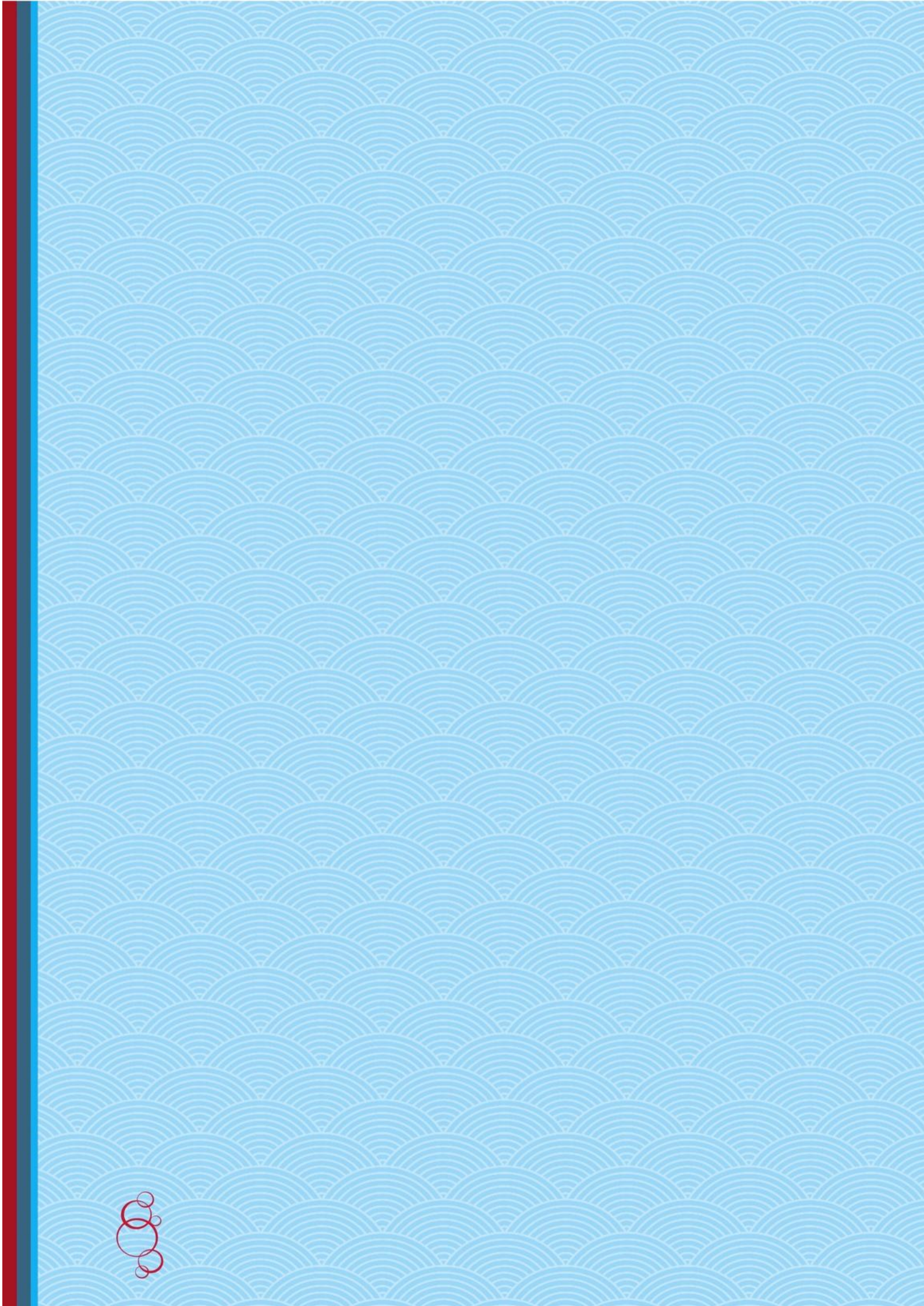
shopper. Hiermee wordt uitgesloten dat de jongeren die meewerken aan het onderzoek een strafbaar feit plegen, maar blijft de 17-jarige jongere de persoon die de aankoop poging doet.

Bij de selectie van de jongeren wordt erop gelet dat de jongeren niet alleen 17 en 18 jaar zijn, maar er ook uitzien als 'typische' 17- en 18-jarigen (qua uiterlijk en bouw). De jongeren worden bijvoorbeeld geselecteerd op lengte.

2.3 Selectie verkooppunten regio Noord-Holland Noord

Elke deelnemende gemeente uit de regio Noord-Holland Noord heeft een lijst aangeleverd met alcoholverkooppunten waarvan het aannemelijk is dat hier jongeren komen. Aan de hand van de aantallen door de gemeenten aangeleverde verkooppunten, de aantallen bezochte verkooppunten in 2013 en de aantallen aangeleverde verkooppunten in 2013 is een steekproef per gemeente berekend. Een aantal gemeenten had in de lijst met verkooppunten aangegeven welke verkooppunten vaak door jongeren worden bezocht en/of welke zij graag bezocht zien worden tijdens het onderzoek. Er is zoveel mogelijk rekening gehouden met deze voorkeur en er zijn zoveel mogelijk van deze punten geselecteerd om bezocht te worden tijdens het onderzoek. De rest van de bezochte verkooppunten is willekeurig geselecteerd. Deze 763 verkooppunten geven een representatief beeld van de naleving bij verkooppunten in de regio Noord-Holland Noord.

Van de 763 bezochte verkooppunten in de regio Noord-Holland Noord werd bij 20 verkooppunten geen alcohol verkocht, omdat zij dit niet in het assortiment hadden. Deze 20 verkooppunten zullen niet worden meegenomen in de resultaten van deze studie.



3 Resultaten

3.1 Nalevingspercentage

In totaal zijn in de regio Noord-Holland Noord 743 verkooppunten bezocht die alcohol in het assortiment hebben. Van de 743 bezoeken aan verkooppunten was er bij 46 op het moment van bezoek een schenktijdenbeleid van kracht. Deze bezoeken worden in paragraaf 3.6 besproken. Tevens werden bij twee bezoeken de jongeren geweigerd aan de deur vanwege het geldende deurbelid bij beide verkooppunten. Deze resultaten worden eveneens besproken in paragraaf 3.6.

Van de 695 aankoopogingen, waarbij geen schenktijdenbeleid werd gevoerd en de mystery-shoppers niet aan de deur zijn geweigerd, is er 477 keer alcohol verkocht (zie Tabel 1). Het gemiddelde nalevingspercentage van de leeftijdsgrenzen in Noord-Holland Noord komt hiermee op 31%.

Tabel 1: Nalevingspercentage regio Noord-Holland Noord

Aantal bezoeken	Aantal keer naleving	Nalevingspercentage
695	218	31%

3.2 Nalevingspercentage per type verkooppunt

In Tabel 2 worden het aantal bezoeken (N), het aantal keren correcte naleving (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) per type verkooppunt weergegeven. Jongerencentra hebben het hoogste nalevingspercentage namelijk 75%. Supermarkten en slijterijen volgen met respectievelijk 51% en 45%. Voor horecagelegenheden is een naleving van 25% gemeten. De naleving is, met respectievelijk 20% en 19%, bij cafetaria en sportkantines het laagst.

Tabel 2: Naleving per type verkooppunt

Type verkooppunt	N	CN	%
Cafetaria	107	21	20%
Horeca	271	69	25%
Jongerencentra	8	6	75%
Slijterijen	74	33	45%
Sportkantines	97	18	19%
Supermarkten	138	71	51%
Totaal	695	218	31%

3.3 Nalevingspercentage per gemeente

In Tabel 3 staan het aantal bezoeken (N), het aantal keer correcte naleving (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) weergegeven per gemeente in de regio Noord-Holland Noord. De verschillende nalevingspercentages verschillen van 14% (Castricum) tot 70% (Heerhugowaard). Het aantal bezochte verkooppunten loopt uiteen van 16 tot 99 per gemeente. Het aantal bezochte verkooppunten is berekend aan de hand van de door de gemeenten aangeleverde lijsten met verkooppunten.

Tabel 3: naleving per gemeente

Gemeente	N	CN	%
Alkmaar	99	31	31%
Bergen	50	13	26%
Castricum	36	5	14%
Den Helder	80	29	36%
Drechterland	16	3	19%
Enkhuizen	37	11	30%
Heerhugowaard	33	23	70%
Hollands Kroon	51	9	18%
Hoorn	77	22	29%
Langedijk	21	11	52%
Medemblik	58	17	29%
Opmeer	19	7	37%
Schagen	64	20	31%
Stede Broec	20	6	30%
Texel	34	11	32%
Totaal	695	218	31%

3.4 Nalevingspercentage per subregio

Per subregio is in Tabel 4 het aantal bezoeken, het aantal keer correcte naleving en het gemiddelde nalevingspercentage weergegeven. In Noord-Kennemerland ligt dit nalevingspercentage op 35%, in Kop van Noord-Holland op 30% en in West-Friesland op 29%.

Tabel 4: naleving per subregio

Subregio	N	CN	%
Kop van Noord-Holland	229	69	30%
Noord-Kennemerland	239	83	35%
West-Friesland	227	66	29%
Totaal	695	218	31%

3.5 Gepleegde interventies

Verschillende interventies kunnen door de verkoper worden toegepast om de leeftijd van de koper te controleren. Een interventie kan zijn: het vragen naar leeftijd, het vragen naar een identiteitsbewijs, of beide. Bij 313 van de 695 aankoopogingen is door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs of beide gevraagd (Tabel 5). Het vaakst wordt een interventie toegepast bij jongerencentra (bij 63% van de aankoopogingen) en bij supermarkten (62%).

Tabel 5: Interventies per type verkooppunt

Type verkooppunt	Aantal bezoeken	Interventies (%)
Cafetaria	107	43 (40%)
Horeca	271	108 (40%)
Jongerencentra	8	5 (63%)
Slijterijen	74	41 (55%)
Sportkantines	97	30 (31%)
Supermarkten	138	86 (62%)
Totaal	695	313 (45%)

In onderstaande Tabel wordt weergegeven welke interventies zijn gepleegd. Bij het grootste aantal verkooppunten is geen interventie toegepast (bij 382 aankoopogingen), er is hier dus niet om leeftijd en/of identiteitsbewijs gevraagd door de verkoper.

Ook wordt weergegeven of het plegen van deze interventies effectief is: de jongeren kunnen geen alcohol kopen en er is dus een correcte naleving. In Tabel 6.1 t/m 6.6 wordt ingegaan op het aantal interventies, opgesplitst naar het type verkooppunt.

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

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	24	244	45	382	695
Correcte naleving	2	179	26	11	218
% naleving	8%	73%	58%	3%	31%

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

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	4	29	10	64	107
Correcte naleving	0	16	3	2	21
% naleving n.a.v. interventie	0%	55%	30%	3%	20%

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

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	14	73	21	163	271
Correcte naleving	1	51	16	1	69
% naleving n.a.v. interventie	7%	70%	76%	1%	25%

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

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	-	5	-	3	8
Correcte naleving	-	4	-	2*	6
% naleving n.a.v. interventie	-	80%	-	67%	75%

*Tweemaal is het identiteitsbewijs door de portier gecontroleerd, waarna de jongeren in één van de gevallen een leeftijdsbandje kregen

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

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	1	37	3	33	74
Correcte naleving	0	29	1	3	33
% naleving n.a.v. interventie	0%	78%	33%	9%	45%

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	4	23	3	67	97
Correcte naleving	0	14	1	3*	18
% naleving n.a.v. interventie	0%	61%	33%	4%	19%

*Eenmaal is identiteitsbewijs door portier gecontroleerd waarna jongeren een leeftijdsbandje kregen

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

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal	1	77	8	52	138
Correcte naleving	1	65	5	0	71
% naleving n.a.v. interventie	100%	84%	63%	0%	51%

3.6 Effecten van schenktijdenbeleid en deurbeleid

In deze paragraaf worden de effecten van schenktijdenbeleid en deurbeleid besproken. Tijdens een aantal aankoopogingen was een schenktijdenbeleid van kracht, waardoor er op dat moment door het verkooppunt geen alcohol verkocht werd. Verder konden de jongeren tijdens een aantal bezoeken geen aankoopoging doen omdat zij vanwege het deurbeleid (controle door portiers) het verkooppunt niet binnen mochten. Deze specifieke aankoopogingen (waar de jongeren geweigerd werden aan de deur wegens deurbeleid of er een schenktijdenbeleid van kracht 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.

Schenktijdenbeleid

Bij 46 aankoopogingen werd er geen alcohol aan de mystery-shoppers verkocht omdat een schenktijdenbeleid van kracht was. Dat betekent dat de bar van het verkooppunt wel open is, maar er aan niemand alcohol wordt geschonken. Dit zijn bijvoorbeeld sportverenigingen waarbij het beleid wordt gevoerd dat er tijdens jeugdwedstrijden/-trainingen geen alcohol wordt geschonken of alleen na een bepaalde tijd.

Één van de aankoopogingen met schenktijdenbeleid vond plaats bij een jongerencentrum en één bij een horecagelegenheid, namelijk een sportcafé, de overige 44 aankoopogingen vonden plaats bij sportkantines. De naleving is 19% bij sportkantines waar op het moment van de aankoopoging geen schenktijdenbeleid van kracht was. Wanneer wordt gekeken naar het totaal aantal bezochte sportkantines, inclusief de sportverenigingen met een schenktijdenbeleid, dan hebben de mystery-shoppers bij 44% van de aankoopogingen geen alcohol kunnen krijgen (zie Tabel 7). Wordt alleen gekeken naar de sportkantines waarbij op het moment van bezoek de jongeren vast hebben gesteld dat een schenktijdenbeleid van kracht was, dan was sprake van 100% naleving. Schenktijdenbeleid blijkt daardoor een zeer effectief beleid om de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren te beperken.

Tabel 7: aantal bezochte horeca, jongerencentra en sportkantines, incl. aantallen schenktijdenbeleid.

	N	CN excl. schenktijden- beleid	% excl. schenktijden- beleid	CN Incl. schenktijden- beleid	% Incl. schenktijden- beleid
Horeca	272	69	25%	70	26%
Jongerencentrum	9	6	75%	7	78%
Sportkantine	141	18	19%	62	44%

Deurbeleid

In sommige horecagelegenheden wordt een deurbeleid gehanteerd. Dit betekent dat er een portier aanwezig is die bij binnenkomst van de klant het identiteitsbewijs controleert. Bij zeven horecagelegenheden was een portier aanwezig. Eenmaal vroeg de portier om zowel leeftijd als identiteitsbewijs, eenmaal alleen om leeftijd en vier keer alleen om identiteitsbewijs. Eén keer paste de portier geen interventie toe maar werden aan de bar zowel leeftijd als identiteitsbewijs gevraagd.

De jongeren werden twee keer door de portier geweigerd om het verkooppunt binnen te gaan. In totaal konden ze één keer bij een verkooppunt met portier alcohol kopen, in dit verkooppunt werd door de portier en later ook door de barvrouw naar de leeftijd van de jongeren gevraagd.

3.7 Variabelen die van invloed zijn op het nalevingspercentage

Tijdens dit onderzoek zijn verschillende aspecten gerapporteerd die mogelijk van invloed zijn op het wel of niet kunnen kopen van alcohol. Na afloop van de meting is door middel van statistische analyses nagegaan of één of meerdere van de geobserveerde variabelen effect hebben gehad op de naleving door de verkopers. Deze aspecten betreffen de geschatte leeftijd van de verkoper, het geslacht van de verkoper, het geslacht van de minderjarige jongere en de drukte in het verkooppunt. Uit de analyses bleek een significante correlatie tussen de geschatte leeftijd van de verkoper en het al dan niet verkopen van alcohol. Een gemiddeld lager geschatte leeftijd was gecorreleerd met een betere naleving. Worden de verkopers in twee groepen verdeeld: 25 jaar en jonger en boven de 25 jaar, dan blijken deze een naleving te hebben van respectievelijk 42% en 23%.

De overige factoren bleken geen correlatie te hebben met de kans op een correcte naleving, dus deze aspecten hebben geen invloed gehad op het wel of niet kunnen kopen van alcohol door minderjarige jongeren.

3.8 Vergelijking regionaal nalevingsonderzoek 2013

In 2013 is een regionaal nalevingsonderzoek uitgevoerd in de regio Noord-Holland Noord. Tot 1 januari 2014 was de leeftijdsgrens voor de verkoop van alcohol nog 16 jaar en daardoor is bij de meting in 2013 de oude leeftijdsgrens van 16 jaar onderzocht met mystery-shoppers van 15 en 16 jaar². Tijdens het onderzoek in de regio Noord-Holland Noord in 2015 ligt de leeftijdsgrens op 18 jaar. Het onderzoek is daardoor in 2015 met 17- en 18-jarige mystery-shoppers uitgevoerd. Ondanks dat er een verschil bestaat wat betreft de leeftijd van de mystery-shoppers, zijn de resultaten methodisch goed te vergelijken. Beide studies onderzoeken namelijk de op dat moment geldende leeftijdsgrens.

Tijdens het onderzoek in 2013 hebben mystery-shoppers bij 450 van 606 aankoop pogingen, waarbij geen schenktijdenbeleid of deurbeleid van kracht was, alcohol kunnen kopen. Dit resulteert in een nalevingspercentage van 26%. In onderstaande Tabel wordt het aantal bezoeken, het aantal keer naleving en het nalevingspercentage tijdens het onderzoek in 2013 en 2015 weergegeven.

Tabel 8: Nalevingspercentage regio Noord-Holland Noord uit regionaal nalevingsonderzoek 2015 t.o.v. 2013

	Aantal bezoeken	Aantal keer naleving	Nalevingspercentage
2013*	606	156	26%
2015	695	218	31%

* Naleving gemeten met 15-jarige mystery-shoppers

De naleving van de leeftijdsgrens door alcoholverkooppunten in de regio Noord-Holland Noord is sinds 2013 gestegen met 5 procentpunten, van 26% naar 31%.

Daarnaast kan een vergelijking worden gemaakt tussen de onderzoeken die in 2010 en 2011 uitgevoerd zijn in de drie subregio's Kop van Noord-Holland, Noord-Kennemerland en West-Friesland, de cijfers van deze subregio's uit het regionale uit 2013 en het huidige onderzoek. Zoals in Tabel 9 is te zien, is de naleving in alle drie de subregio's in 2013 gedaald ten opzichte van 2010/2011. In 2015 is deze weer gestegen ten opzichte van 2013.

Tabel 9: vergelijking nalevingspercentage subregio's

Subregio	2010/2011*	2013*	2015
Kop van Noord-Holland	38%	24%	30%
Noord-Kennemerland	33%	32%	35%
West-Friesland	29%	20%	29%

*Naleving gemeten met 15-jarige mystery-shoppers

In de gemeenten Bergen, Den Helder, Drechterland, Enkhuizen, Heerhugowaard, Hoorn, Langedijk, Medemblik, Opmeer, Schagen, Stede Broec en Texel is het nalevingspercentage van 2015 ten opzichte van 2013 gestegen. Zie Tabel 10 voor alle nalevingspercentages.

Tabel 10: Vergelijking nalevingspercentage per gemeente voor 2013 en 2015

Gemeente	2013*	2015
Alkmaar	33%**	31%
Bergen	16%	26%
Castricum	30%	14%
Den Helder	21%	36%
Drechterland	10%	19%
Enkhuizen	5%	30%
Heerhugowaard	55%	70%
Hollands Kroon	24%	18%
Hoorn	24%	29%
Langedijk	45%	52%
Medemblik	20%	29%
Opmeer	27%	37%
Schagen	28%	31%
Stede Broec	17%	30%
Texel	26%	32%
Totaal	26%	31%

*Naleving gemeten met 15-jarige mystery-shoppers

**Sinds 2015 zijn de gemeenten Schermer (33% naleving 2013) en Graft - de Rijk (20% naleving 2013) samengevoegd met de gemeente Alkmaar (34% naleving 2013). Het nalevingspercentage 2013 is daarom voor de gemeente Alkmaar herberekend waarbij de drie gemeenten zijn samengevoegd om een vergelijking te kunnen trekken met het nalevingspercentage van 2015.

Wanneer een vergelijking wordt gemaakt tussen de nalevingscijfers per type verkooppunt uit 2013 met het huidige onderzoek, dan is de conclusie dat alleen de sportkantines een lichte daling tonen. Bij alle overige typen verkooppunten is het nalevingspercentage in meer of mindere mate gestegen (zie Tabel 11).

Tabel 11: Vergelijking regionaal onderzoek uit 2013 en 2015 van regio Noord-Holland Noord, per type verkooppunt.

Type verkooppunt	2013 *	2015
Cafetaria's	15%	20%
Horeca	19%	25%
Jongerencentra	18%	75%
Slijterijen	22%	45%
Sportkantines	20%	19%
Supermarkten	50%	51%

* Naleving gemeten met 15-jarige mystery-shoppers

Het aantal toegepaste interventies ten opzichte van het totaal aantal aankoopogingen ligt in 2015 lager dan in 2013. Alleen de horeca en vooral de jongerencentra tonen een toename.

Tabel 12: Percentage toegepast interventies per type verkooppunt , 2013 t.o.v. 2015

Type verkooppunt	2013	2015
	% toegepaste interventies van totaal aankoopogingen	% toegepaste interventies van totaal aankoopogingen
Cafetaria	45%	40%
Horeca	38%	40%
Jongerencentra	27%	63%
Slijterijen	56%	55%
Sportkantines	42%	31%
Supermarkten	70%	62%
Totaal	47%	45%

3.9 Vergelijking met landelijke nalevingsonderzoek

In 2015 is een landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrenzen uitgevoerd bij onder andere sportkantines, supermarkten, slijterijen, cafetaria's en horeca³. De resultaten van de naleving bij vijf type verkooppunten kunnen vergeleken worden met het nalevingsonderzoek in de regio Noord-Holland Noord (Tabel 13):

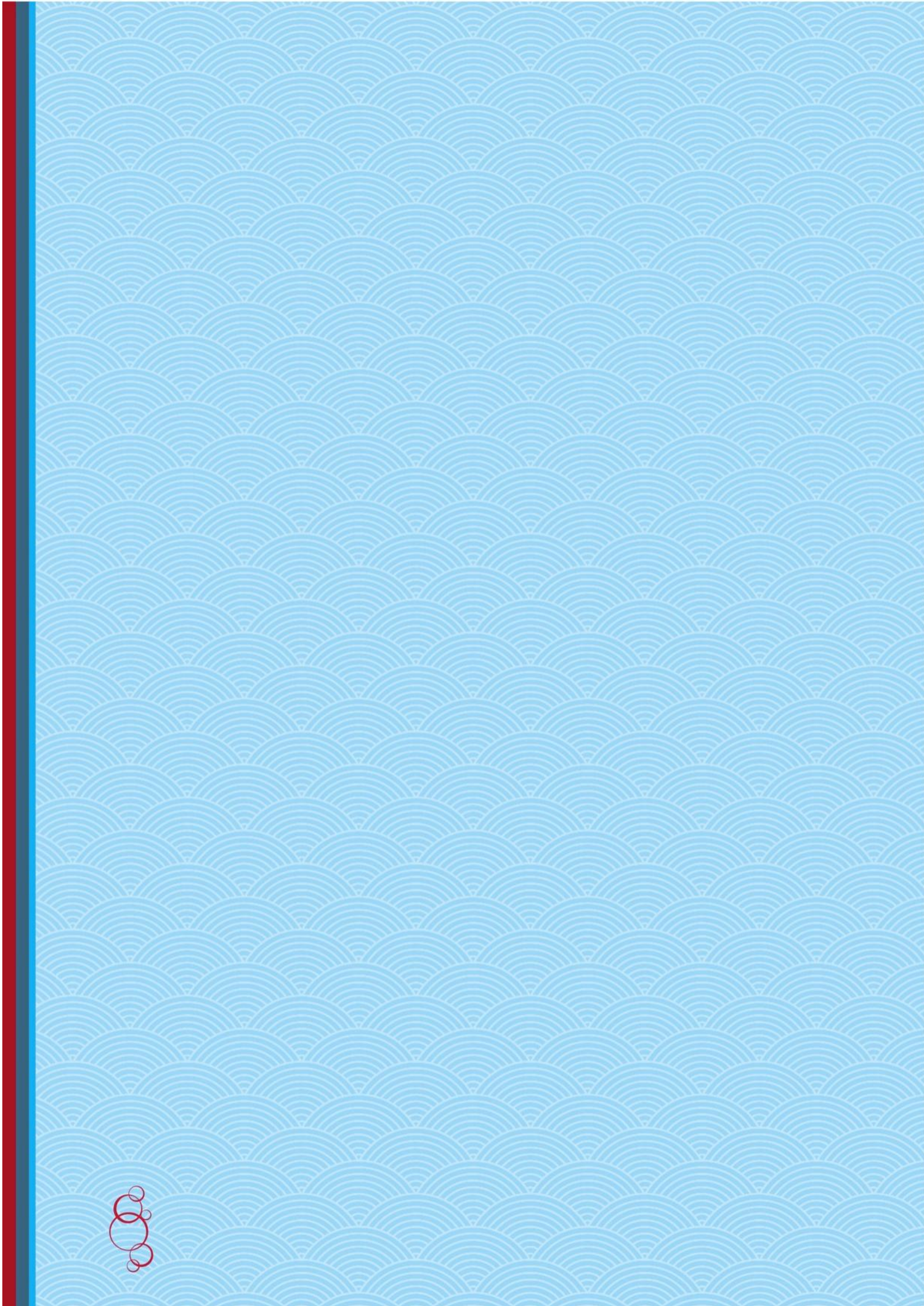
- Het nalevingspercentage bij cafetaria's in de regio Noord-Holland Noord ligt met 20% hoger dan het landelijke nalevingspercentage van 10%.
- Horecagelegenheden leven landelijk de wet bij 16% van de aankoopogingen na, dit is in Noord-Holland Noord 25%.
- Slijterijen leven landelijk de wet bij 33% van de aankoopogingen na, dit is in de regio Noord-Holland Noord 45%.
- Sportkantines leven landelijk de wet bij 9% van de aankoopogingen na. In Noord-Holland Noord leeft 19% van de sportkantines de wet na.

- Supermarkten leven landelijk bij 53% van de aankoopopgingen de wet na. In de regio Noord-Holland Noord is de naleving 51%.

Tabel 13: Naleving per type verkooppunt

Type verkooppunt	Landelijk (2015)	Regio Noord-Holland Noord (2015)
Cafeteria	10%	20%
Horeca	16%	25%
Jongerencentra	-	75%
Slijterijen	33%	45%
Sportkantines	9%	19%
Supermarkten	53%	51%
Totaal	22%*	31%

* Het formele landelijke percentage is 21,5%. Voor de berekening van dit percentage is een wegingsfactor van landelijk aanbod per type verkooppunt gebruikt.³ Dit is inclusief de overige verkoopkanalen en exclusief thuisbezorgkanalen. Deze weging kan verschillen van de regionale verdeling in Noord-Holland Noord.



4 Conclusie en aanbevelingen

4.1 Conclusie

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. 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 18 jaar voor de verkoop van alcoholhoudende drank.

4.1.1 Naleving van de leeftijdsgrenzen

Tijdens het onderzoek zijn 763 verkooppunten bezocht. Twintig van deze verkooppunten hadden tijdens het onderzoek geen alcohol in hun assortiment, bij 46 verkooppunten was een schenktijdenbeleid van kracht en bij twee verkooppunten zijn de mystery-shoppers geweigerd door een portier. In totaal is de naleving getoetst bij 695 verkooppunten in de regio Noord-Holland Noord. Bij 218 van de 695 verkooppunten konden de mystery-shoppers geen alcohol kopen wat resulteert in een gemiddeld nalevingspercentage voor de regio Noord-Holland Noord van 31%. De naleving is toegenomen met 5 procentpunten sinds 2013.

In totaal zijn zes verschillende typen verkooppunten bezocht. Jongerencentra hebben een gemiddeld nalevingspercentage van 75%, supermarkten van 51%, slijterijen 45%, horeca 25%, cafetaria 20% en sportkantines 19%.

4.1.2 Gepleegde interventies en hun effectiviteit

In de wet is de bepaling opgenomen dat de verkoper van alcoholhoudende drank verplicht is te vragen naar een geldig leeftijdsdocument en de leeftijd van de koper vast te stellen als de koper niet 'onmiskenbaar' de vereiste leeftijd heeft bereikt. Bij gebrek aan een geldig leeftijdsdocument, mag er geen alcohol aan jongeren verkocht worden.

Om de leeftijd van de koper vast te stellen kan een verkoper verschillende interventies toepassen: het vragen naar leeftijd, het vragen naar een identiteitsbewijs, of beide. 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.

In totaal is er bij 313 aankoopogingen een interventie toegepast. Er is 24 keer gevraagd naar de leeftijd van de mystery-shopper, dit leidde 2 keer tot een correcte naleving (8%). Om een identiteitsbewijs is 244 keer gevraagd, bij 179 aankoopogingen zorgde dit ervoor dat de mystery-shoppers geen alcohol kon kopen (73%). Bij 45 aankoopogingen werd er om zowel leeftijd als identiteitsbewijs gevraagd, 26 keer werd er hierdoor goed nageleefd (58%). Daarnaast is er 46 keer

geen alcohol geschonken vanwege een schenktijdenbeleid en werden de mystery-shoppers 2 keer aan de deur geweigerd door een portier.

4.1.3 Variabelen die naleving beïnvloeden

Tijdens het onderzoek worden de geschatte leeftijd van de verkoper, het geslacht van de verkoper, het geslacht van de minderjarige jongere en de drukte in het verkooppunt genoteerd. Uit de analyses blijkt een significante correlatie tussen de geschatte leeftijd van de verkoper en het al dan niet verkopen van alcohol. Een gemiddeld lager geschatte leeftijd was gecorreleerd met een betere naleving. De overige factoren blijken geen correlatie te hebben met de kans op een correcte naleving door de verkoper.

4.1.4 Vergelijking regionaal en landelijk nalevingsonderzoek

In 2013 is een nalevingsonderzoek in de regio Noord-Holland Noord uitgevoerd². Tijdens dit onderzoek zijn 606 bezoeken uitgevoerd bij verkooppunten met 15-jarige mystery-shoppers. De naleving in Noord-Holland Noord was in 2013 26%. In het huidige onderzoek in 2015 is de naleving van de leeftijdsgrens, gemeten met 17-jarigen, 31%. Per type verkooppunt waren de nalevingspercentages als volgt:

Type verkooppunt	Noord-Holland Noord (2013)*	Noord-Holland Noord (2015)
Cafetaria's	15%	20%
Horeca	19%	25%
Jongeren centra	18%	75%
Slijterijen	22%	45%
Sportkantines	20%	19%
Supermarkten	50%	51%
Totaal	26%	31%

* Naleving gemeten met 15-jarige mystery-shoppers

In 2015 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:

- Cafetaria's 10% (landelijk) en 20% (regio)
- Horeca 16% (landelijk) en 25% (regio)
- Slijterijen 33% (landelijk) en 45% (regio)
- Sportkantines 9% (landelijk) en 19% (regio)
- Supermarkten 53% (landelijk) en 51% (regio)

4.2 Aanbevelingen

Jongeren van 17 jaar kunnen in de regio Noord-Holland Noord gemakkelijk alcohol kopen. Op basis van de onderzoeksresultaten geven we de regio Noord-Holland Noord en de verstrekkers in Noord-Holland Noord een aantal aanbevelingen.

4.2.1 Aanbevelingen gemeenten

Stel binnen de gemeentelijk organisatie met meerdere afdelingen een gezamenlijk nalevingsbeleid op en geef hier een praktische uitvoering aan

Om de naleving verder te verhogen is het belangrijk om op een integrale manier te werk te gaan. De drie pijlers ‘educatie, regelgeving, en handhaving’ worden in veel gemeenten gebruikt als basis voor het alcoholpreventiebeleid. Uit een studie naar de gemeentelijke organisatie van het alcoholtoezicht door het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP is gebleken dat deze pijlers in veel beleidsnota’s worden genoemd, maar dat in de praktijk een integraal beleid onvoldoende van de grond komt⁴. Veel gemeenten kiezen ervoor om vanuit de veiligheidstak een handhavingsbeleid op te stellen, zonder input van andere afdelingen.

STAP beveelt aan om niet uitsluitend een handhavingsbeleid, maar een meer overkoepelend ‘nalevingsbeleid’ op te stellen. De term naleving creëert een gezamenlijk belang binnen verschillende afdelingen die baat hebben bij goede naleving van de Drank- en Horecawet. Zo heeft de gezondheidstak binnen een gemeente baat bij een goede naleving van de leeftijdsgrenzen om de gebruikscijfers onder jongeren te verminderen. De afdelingen jeugd of onderwijs kunnen baat hebben bij naleving van de leeftijdsgrenzen, zodat kinderen hun talenten beter kunnen ontwikkelen op school. Een gezamenlijke aanpak heeft een grotere kans van slagen om de naleving te verhogen. Dit nalevingsbeleid kan bijvoorbeeld zijn opgenomen in het Preventie- en Handhavingsplan, welke verplicht is sinds 1 juli 2014 (artikel 43a DHW). Daarnaast is het uiteraard van belang dat de plannen die op papier staan ook in de praktijk goed worden uitgevoerd.

Communiceer met alcoholverstrekkers

STAP adviseert om de resultaten van het mystery-shop onderzoek terug te koppelen naar de verkooppunten die bezocht zijn tijdens het onderzoek. Dit kan in de vorm van bijeenkomsten, persoonlijke communicatie en/of via de media. Het is belangrijk om de verstrekkers van alcohol bewust te maken van de noodzaak om de leeftijdsgrenzen na te leven. Dit is enerzijds noodzakelijk vanwege de gezondheidsrisico’s van alcohol voor jongeren onder de leeftijdsgrens, maar anderzijds is het voor ondernemers ook persoonlijk van belang om te voorkomen dat ze een boete krijgen. Naast de gezondheidsrisico’s van alcohol is het dus ook goed om te communiceren over de wettelijke verplichtingen voor ondernemers en de gevolgen als zij zich niet aan deze verplichtingen houden. Op deze manier creëer je een eigen belang bij ondernemers om de naleving te verbeteren.

STAP raadt eveneens aan om te communiceren naar ondernemers dat zij die goed naleven, mogelijk minder gecontroleerd zullen worden en de ondernemers die niet goed naleven, vaker gecontroleerd zullen worden. Door middel van dit beloningssysteem creëer je een extra belang bij ondernemers om extra aandacht aan de naleving te besteden.

Uitwisseling kennis

De verkooppunten die de wet correct hebben nageleefd tijdens het onderzoek, zijn een bron van kennis voor de verkooppunten die de wet niet correct hebben nageleefd. Een uitwisseling van goede voorbeelden is een manier om praktische handvaten te bieden aan de verkooppunten die op dit

moment niet de wet correct naleven. Een gebrek aan kennis over de wet, maar ook een gebrek aan praktische oplossingen kunnen voor verkooppunten een barrière zijn om de wet correct na te leven. In een meeting per sector kunnen goede voorbeelden gedeeld worden en verkooppunten elkaar motiveren om met de leeftijdsgrenzen aan de slag te gaan.

Ook uitwisseling van kennis voor de toezichthouders over de praktische aspecten van leeftijdscontroles kunnen ertoe bijdragen dat de naleving toeneemt. De Nederlandse Vereniging voor Drank- en Horecawet Inspecteurs (NVDI) maakt uitwisseling en kennisoverdracht over het toezicht op de Drank- en Horecawet mogelijk. Het is een vereniging voor en door DHW-inspecteurs⁵.

Blijf de naleving monitoren

Om het overzicht van hotspots (verkooppunten waar veel jongeren komen en waar de naleving van de leeftijdsgrens mogelijk een risico is) up to date te houden zijn verschillende bronnen beschikbaar. Zo zijn de observaties van de toezichthouders en de politie een belangrijke bron om de concentratie van (minderjarige) jongeren in kaart te brengen. Daarnaast kunnen toezichthouders ook informatie aanleveren over de naleving van de leeftijdsgrenzen in hotspots en andere verkooppunten. Dit is echter niet altijd waar te nemen door de toezichthouders, aangezien jongeren niet altijd aanwezig zijn en toezichthouders niet alle verkooppunten regelmatig kunnen controleren. Daarom adviseert STAP om de naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar periodiek te monitoren door middel van een objectief meetinstrument zoals mystery-shop onderzoek. Op basis van de resultaten van het onderzoek en de observaties van toezichthouders en politie wordt de hotspotlijst up to date gehouden. Daarnaast geeft het de toezichthouders inzicht in de verkooppunten die de leeftijdsgrens structureel goed naleven (en daarom minder toezicht nodig hebben) en de verkooppunten die niet structureel de leeftijdsgrens naleven (en daarom extra toezicht nodig hebben).

4.2.2 Aanbevelingen verstrekkers

Gebruik leeftijdscontrolesystemen

Uit de resultaten blijkt dat er nog te weinig naar identiteitsbewijzen wordt gevraagd. Wanneer er naar het identiteitsbewijs van de jongeren wordt gevraagd, wordt de leeftijd vaak ook niet goed berekend. Vanuit het management van de verkooppunten moet nog meer worden benadrukt dat het controleren van het identiteitsbewijs belangrijk is en dat er geen alcohol verkocht mag worden aan jongeren onder de 18 jaar. Om de verkopers te ondersteunen bij de controle en berekening van de leeftijd is een aantal leeftijdscontrolesystemen ontwikkeld. Deze systemen nemen (een deel van) het controleren van de leeftijd uit handen van de verkoper. Hierbij kan worden gedacht aan onder andere de ID-Swiper, ID-reader en Ageviewer. Sinds enkele jaren hebben al diverse alcoholverkooppunten deze systemen in gebruik genomen^{6, 7}. Tot op heden is er één systeem waarvan wetenschappelijk is aangetoond dat het de naleving verhoogt, namelijk de AgeViewer⁸. Dit systeem neemt het hele proces van het controleren van de leeftijd uit handen bij de verkoper. Uit onderzoek is naar voren gekomen dat dit systeem de naleving kan verhogen tot ongeveer 100%. Wanneer een leeftijdscontrolesysteem wordt gebruikt is het van groot belang dat verkopers ook een training krijgen in het gebruik van deze systemen. Niet alleen het inzetten van een systeem is belangrijk, maar ook de instructies die worden gegeven aan de caissières en barmedewerkers. Zij dienen goed met het systeem om te kunnen gaan.

Train verkopers van alcohol

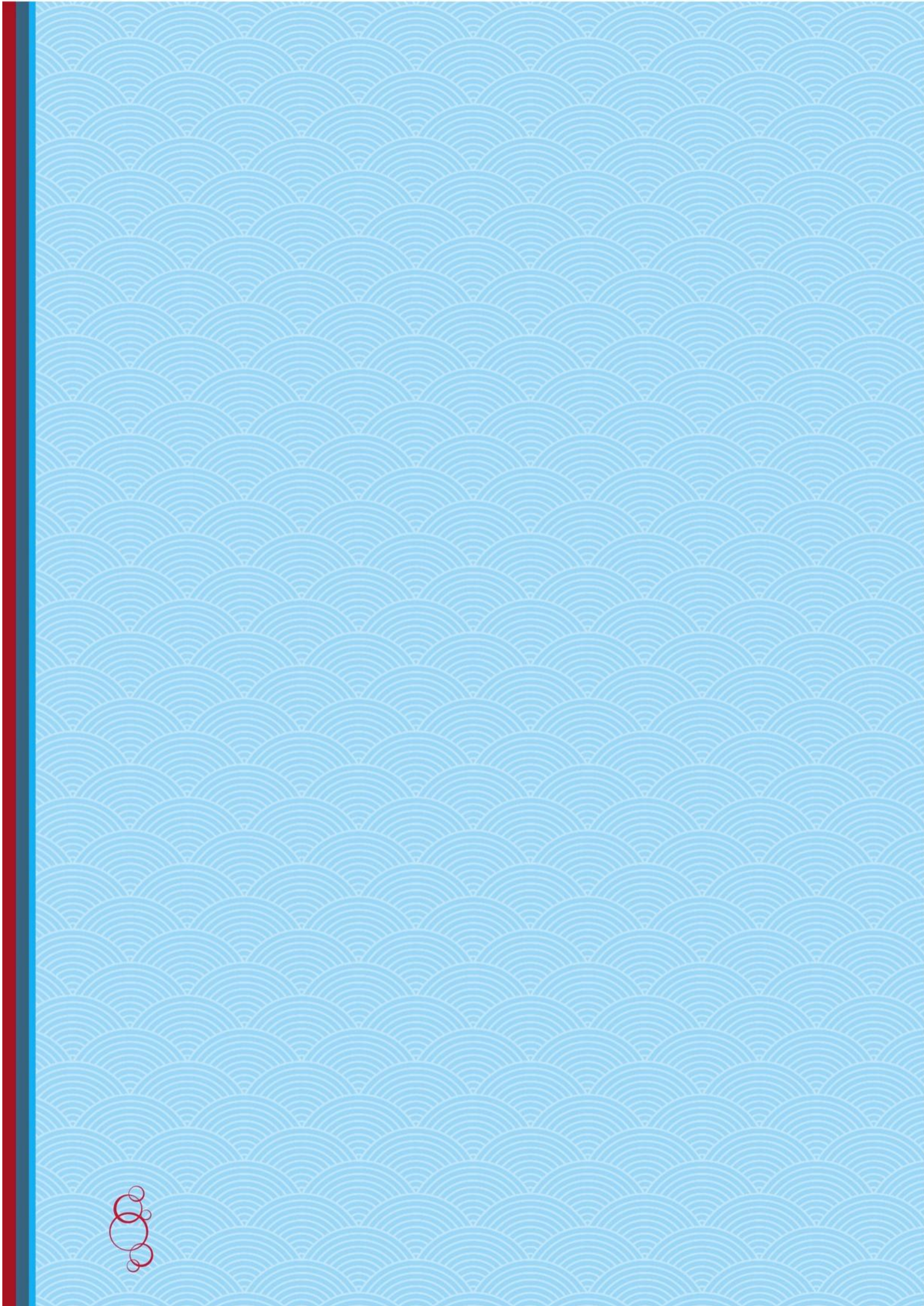
Om meer kennis en bewustwording te creëren voor het verantwoord schenken, kunnen sportkantines en horecagelegenheden een training volgen waar de nadruk wordt gelegd op het vragen naar ID. Twee voorbeelden zijn de IVA-training en de Cursus Barcode. Uit het onderzoek is gebleken dat jonger geschatte verkopers beter naleven dan ouder geschatte verkopers, het is daarom belangrijk bij de training niet alleen op jong personeel te richten maar ook het oudere personeel hierin mee te nemen. Deze trainingen zullen echter alleen effect hebben in samenhang met controles op de naleving van de leeftijdsgrenzen. Onderzoek laat zien dat alleen trainingen op zichzelf niet zorgen voor een verbetering van de naleving⁹.

Uit dit onderzoek in Noord-Holland Noord maar ook uit andere nalevingsstudies blijkt dat deurbeleid een zeer effectieve maatregel is om de naleving van de leeftijdsgrenzen te verhogen, met name in de horeca. Uit het onderzoek blijkt dat nadat er bij zeven horecagelegenheden een portier aan de deur stond er bij zes een correcte naleving was. De regio Noord-Holland Noord kan horecaondernemers informeren over het inzetten van portiers. Portiers van horecagelegenheden kunnen ook in de bovengenoemde trainingen worden betrokken.

Daarnaast blijkt uit deze studie, naast tal van lokale nalevingsonderzoeken, dat het voor sportkantines zeer effectief werkt om schenktijden in te stellen om op deze manier de naleving te verhogen. Uit het onderzoek blijkt dat er bij 46 verkooppunten vanwege een schenktijdenbeleid geen alcohol verkocht werd. Wanneer er geen alcohol wordt geschonken op tijdstippen waarop veel jeugd aanwezig is, zal dat resulteren in een hogere naleving.

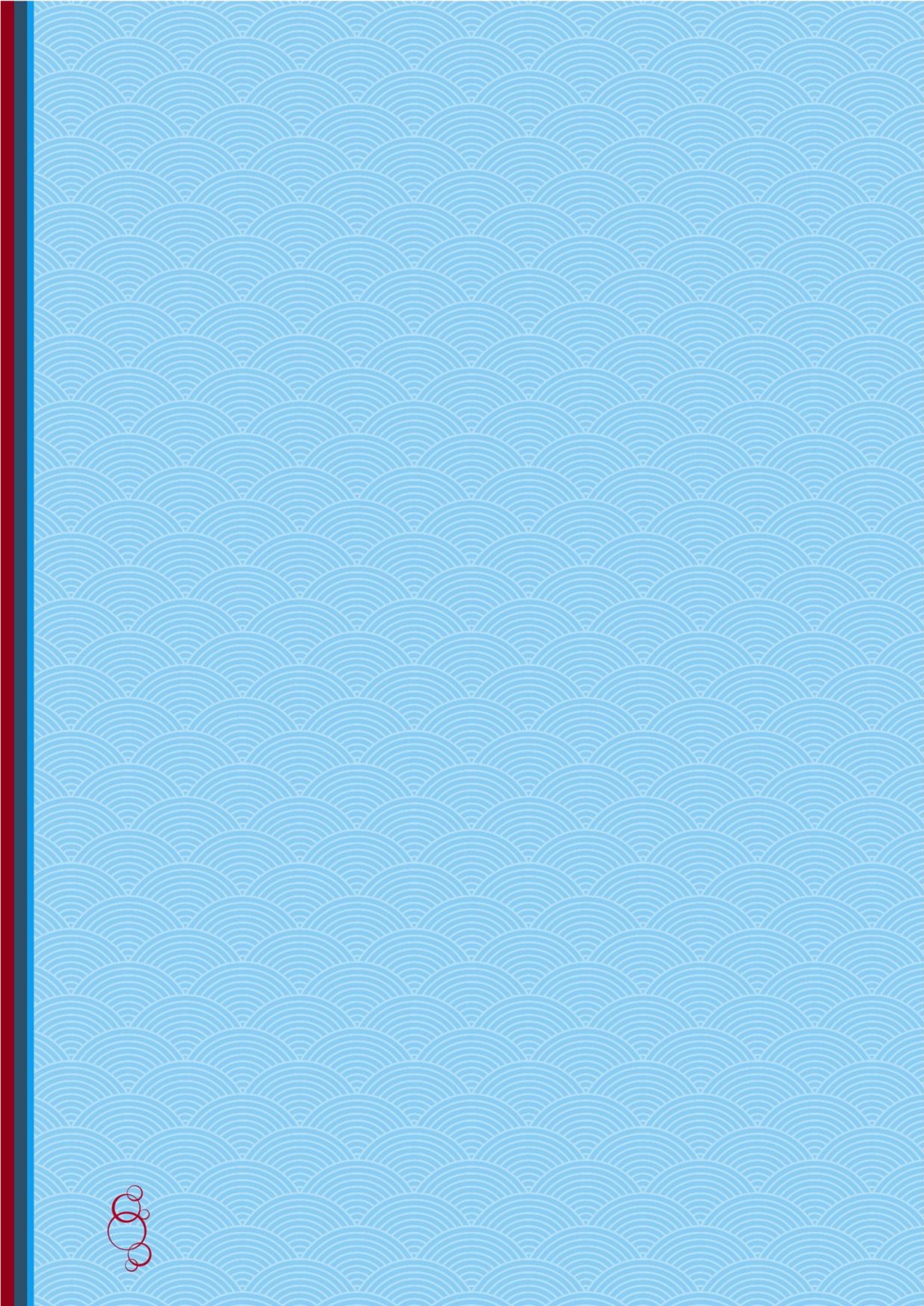
Zelfcontroles door middel van mystery-shoppers

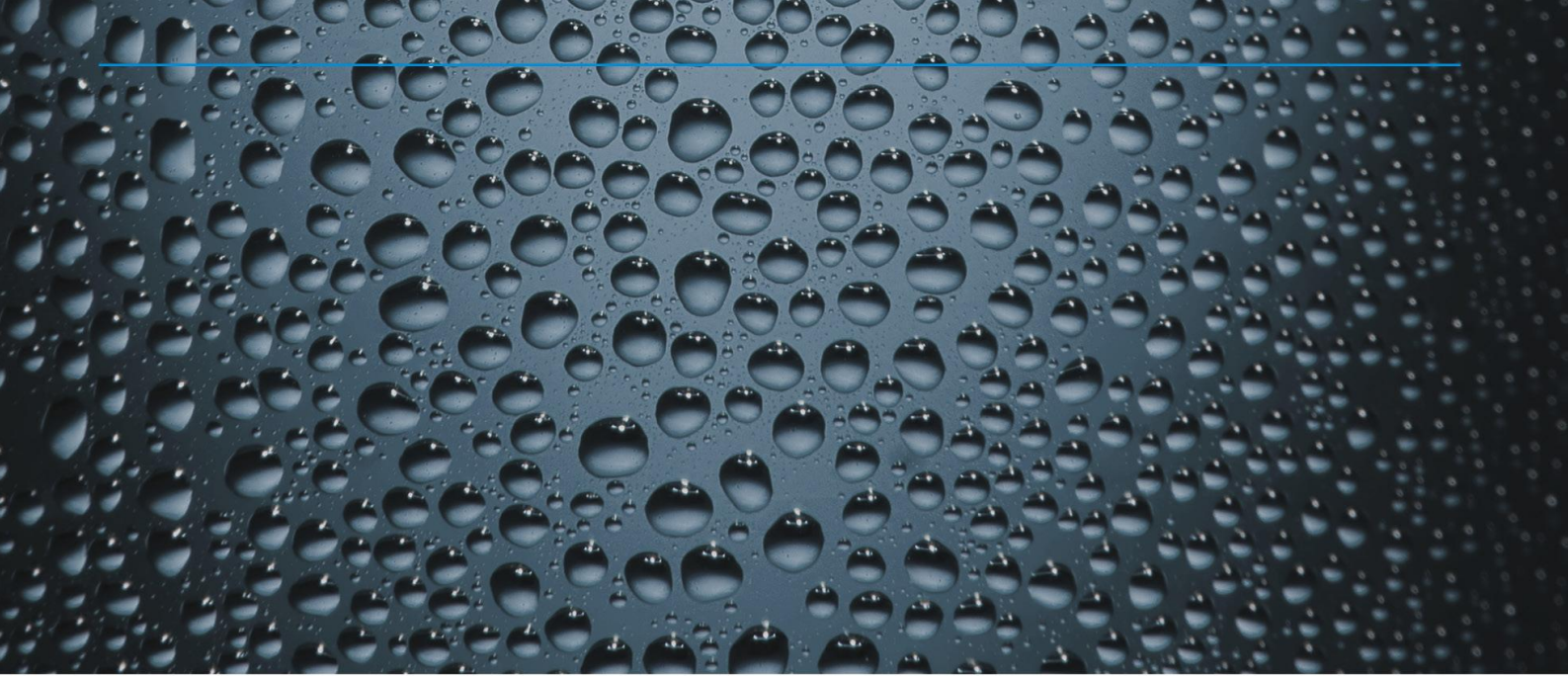
Naast het gemeentelijke onderzoek kunnen (ketens van) ondernemers ook elkaars caissières en barmedewerkers controleren. Door veel supermarktketens worden deze zelfcontroles al toegepast. Door zelf de naleving van de leeftijdsgrenzen te controleren, krijgen ondernemers inzicht in de oorzaken van het wel of niet naleven door het personeel. Zo kan het bijvoorbeeld aan de attitude van de caissière liggen, de onkunde om een geboortedatum om te rekenen naar de huidige leeftijd van de koper, of vergeet de verkoper simpelweg te vragen naar de leeftijd. Aan de hand van die gegevens kunnen ondernemers gericht hun personeel opleiden en/of systemen aanschaffen om te voorkomen dat alcohol wordt verkocht aan minderjarigen. Tevens geeft structurele monitoring ondernemers inzicht in de effectiviteit van het interne leeftijdsgrenzenbeleid.



Literatuurlijst

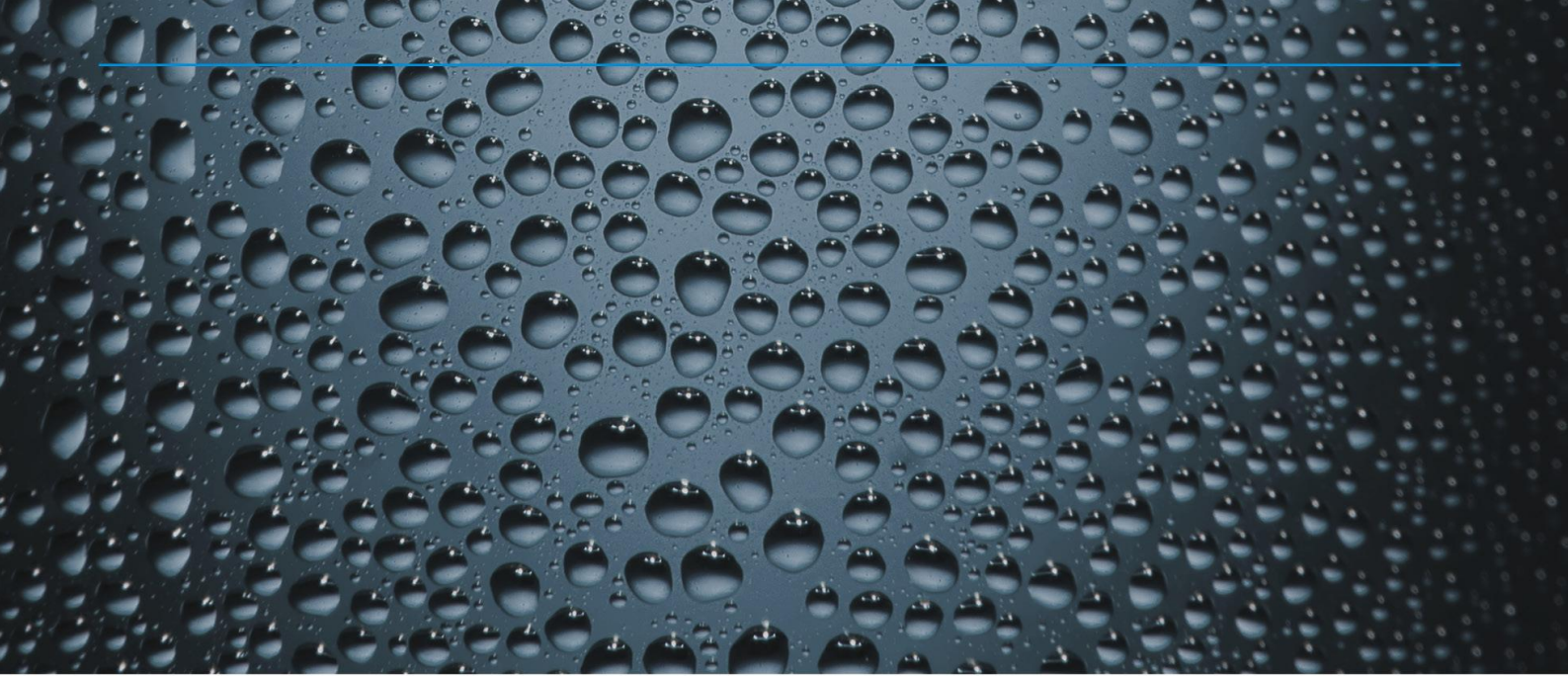
1. Gosselt, J.F., Van Hoof, J.J., De Jong, M.D.T., & Prinsen, S. (2007). Mystery shopping and alcohol sales: do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers? *Journal of Adolescent Health*, 41(3), 302-308.
2. Franken, F., Bosman, A., (2014) Rapport regio Noord-Holland Noord. Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 16 jaar. Nalevingsonderzoek regio Noord-Holland Noord 2013. Nederland Instituut voor Alcoholbeleid, Utrecht.
3. Schelleman-Offermans, K., Roodbeen, R. (2015) Alcohol- & tabaksverkoop aan jongeren 2015. Landelijke naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar voor de Drank- en Horecawet en Tabakswet. Nuchter.
4. Greeff, J. de, Mulder, J. (2013). Gemeentelijke organisatie van het alcoholtoezicht: Succes- en faalfactoren van een effectief lokaal nalevingsbeleid. STAP, Utrecht.
5. De Nederlandse Vereniging voor Drank- en Horecawet Inspecteurs (NVDI), www.dhwinspecteur.nl
6. STAP (2012, 30 januari). ID-swipers voor jongeren in supers regio Nijmegen. <http://www.stap.nl/nl/nieuws/laatste-nieuws.html/3454/1539/id-swipers-voor-jongeren-in-supers-regio-nijmegen#p3454>
7. STAP (2011, 13 april). Supermarkt gaat over op leeftjdscontrolesysteem Ageviewers. <http://www.stap.nl/nl/nieuws/laatste-nieuws.html/3454/1154/supermarkt-gaat-over-op-leeftjdscontrolesysteem-ageviewers--#p3454>
8. Hoof, J. van, Gosselt, J., Jong, M. de (2010). Shop Floor Compliance with Age Restrictions for Tobacco Sales: Remote Versus In-Store Age Verification. *Journal of Adolescent Health* 46, 197–199.
9. Wagenaar, A.C., Toomey, T.L. & Erickson, D.J. (2005). Complying With the Minimum Drinking Age: Effects of Enforcement and Training interventions. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 29, 2, 255-262.





→ www.stap.nl





Meer informatie

→ www.stap.nl

Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 18 jaar