

Jongeren en drank Supermarkten zijn niet te porren voor het Ageviewers-systeem voor

het checken van leeftijden, omdat alle klanten zich moeten laten controleren

Biertjes kopen? Nog geen 16 jaar? Dan blijft de kassa op slot

Hoe voorkom je drankverkoop aan kinderen? Hoe voorkom je agressie tegen caissières die weigeren kinderen alcohol te verkopen? Cameracontrole lijkt een oplossing. Maar vooral supermarkten vinden zo'n systeem te klantvriendelijk.

Door onze redacteur

INGMAR VRIESEMA

AMSTERDAM. De verkoop van alcohol bezorgt Jan Pollemans kopzorgen. Pollemans, filiaalhouder van een Albert Heijn in Etten-Leur, merkt dat minderjarige klanten „regelmatig” agressief worden als zij geen alcohol meekrijgen. Ze zetten een grote mond op, schelden zijn caissières uit.

Die caissières, hoe goed getraind ook, zijn te beïnvloeden. En ze maken fouten. Het controlesysteem, zegt Pollemans, is verre van waterdicht: hij schat dat 60 tot 70 procent van de minderjarige klanten de alcohol mee krijgt.

Een onprettige gedachte, want de gezondheid van jongeren is in het geding. Ook zeer onprettig: de gemeente mag sinds 1 januari de drankafdeling van supermarkten sluiten als er drie maal in een jaar al-

cohol is verkocht aan klanten onder de 16.

Er bestaat een oplossing voor zijn probleem, zegt Pollemans. Een leeftijdcontrolesysteem dat nagenoeg waterdicht is. Ageviewers heet het. De kassamedewerker hoeft dan geen leeftijden te controleren, dat wordt op afstand gedaan, op het hoofdkantoor van Ageviewers in Breda. De supermarktklanten zien alleen naast de kassa een kastje met ingebouwde camera en een touchscreen. Alle drankkopers, jong én oud moeten het touchscreen aanraken. Op dat moment gaat de camera aan en ziet de leeftijdscoureur in Breda de klant op zijn scherm verschijnen.

Lijkt de klant jong? Dan moet hij zijn legitimatiebewijs op het kastje leggen. Als hij nog geen 16 jaar blijkt te zijn, blijft de kassa dicht. Alleen de controleur op afstand kan de kassa deblokkeren.

Onderzoek van Universiteit Twente uit 2011 wijst uit dat met Ageviewers jongeren slechts 4 procent kans maken dat zij de alcohol meekrijgen. Aanschaf van het apparaat kost 3.000 euro. De meeste winkeliers kiezen voor huur, circa 100 euro per week. Ongeveer tachtig slijterijen en vijftien supermarktwinkels gebruiken het systeem.

Pollemans wil dat het Ageviewers-systeem in zijn winkel wordt ingevoerd. En collega's ook. Zij hebben dezelfde bezwaren tegen de status quo: de schade voor de gezondheid van jongeren, de agressie tegen caissières, het hogere risico op een boete. Marcel van Meerendonk bijvoorbeeld, eigenaar van drie Jumbo's in Noord-Brabant.

Karel Bol, filiaalhouder van een Albert Heijn in Tilburg, is ook toe aan een beter systeem. Bols hoofdcassière vroeg onlangs een klant om

diens identiteitsbewijs. De klant spuugde haar in het gezicht.

GGD Nederland, het Trimbos-instituut en het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP riepen eerder deze maand alle supermarkten op om het „effectief gebleken leeftijdcontrolesysteem” in te voeren. Maar de grote supermarktketens leggen de oproepen naast zich neer. Medewerking van de hoofdkantoren is nodig, omdat Ageviewers moet worden gekoppeld aan het kassasysteem in de afzonderlijke supermarkten.

Waarom?

Marktlieder Albert Heijn vindt Ageviewers niet klantvriendelijk. „Een aantal jaren geleden is een proef gedaan met Ageviewers, bij een supermarkt in Alphen aan den Rijn”, zegt een woordvoerder. „Die leidde

‘Het gebruik van Ageviewers is goed aan klant uit te leggen’

niet tot het gewenste resultaat. Oudere klanten hadden er moeite mee om voor de camera te moeten staan.”

Albert Heijn experimenteert met een andere controletechniek De ID-reader, een apparaatje dat het ID-bewijs scant. Is de klant jonger dan 16, dan brandt er een rood lampje. Is de

klant ouder, dan is het lampje groen. Volgens de woordvoerder is de ID-reader klantvriendelijker dan Ageviewers. „Alleen de jong uitziende mensen worden gecontroleerd.” Jumbo Supermarkten experimenteert met een soortgelijke ID-scanner. Het CBL benadrukt dat er verschillende controlesystemen bestaan. Een woordvoerder: „We zijn altijd bezig om die systemen te verbeteren, met elektronische hulpmiddelen, trainingen aan kassamedewerkers en leidinggevenden.”

Het klopt: supermarktketens ondernemen veel om de leeftijdscoureur te verbeteren. Controleurs die steekproeven houden in de eigen supermarkt, flyers op de kassa om de nieuwe Drankwet toe te lichten, gadgets om de caissière te ondersteunen. Maar die initiatieven leiden niet tot significant betere naleving van de wet. Sterker, die blijft steken ver-

der de 50 procent. Hoe komt dat?

„Omdat supermarkten de verantwoordelijkheid voor de uitvoering van de leeftijdscoureur blijven leggen bij de kassamedewerker”, zegt directeur Wim van Dalen van STAP. ID-scanners verhelpen dat probleem niet: kassamedewerkers moeten nog steeds het initiatief nemen tot de controle. Amerikaans wetenschappelijk onderzoek toont dan ook aan: winkels met een ID-scanner vragen klanten niet vaker om hun identiteitsbewijs dan winkels zonder.

Albert Heijn gaat niet in op dat inherente probleem van de ID-scanner. De woordvoerder benadrukt dat het bedrijf „open” het gesprek wil aangaan met filiaalhouders die vragen om Ageviewers.

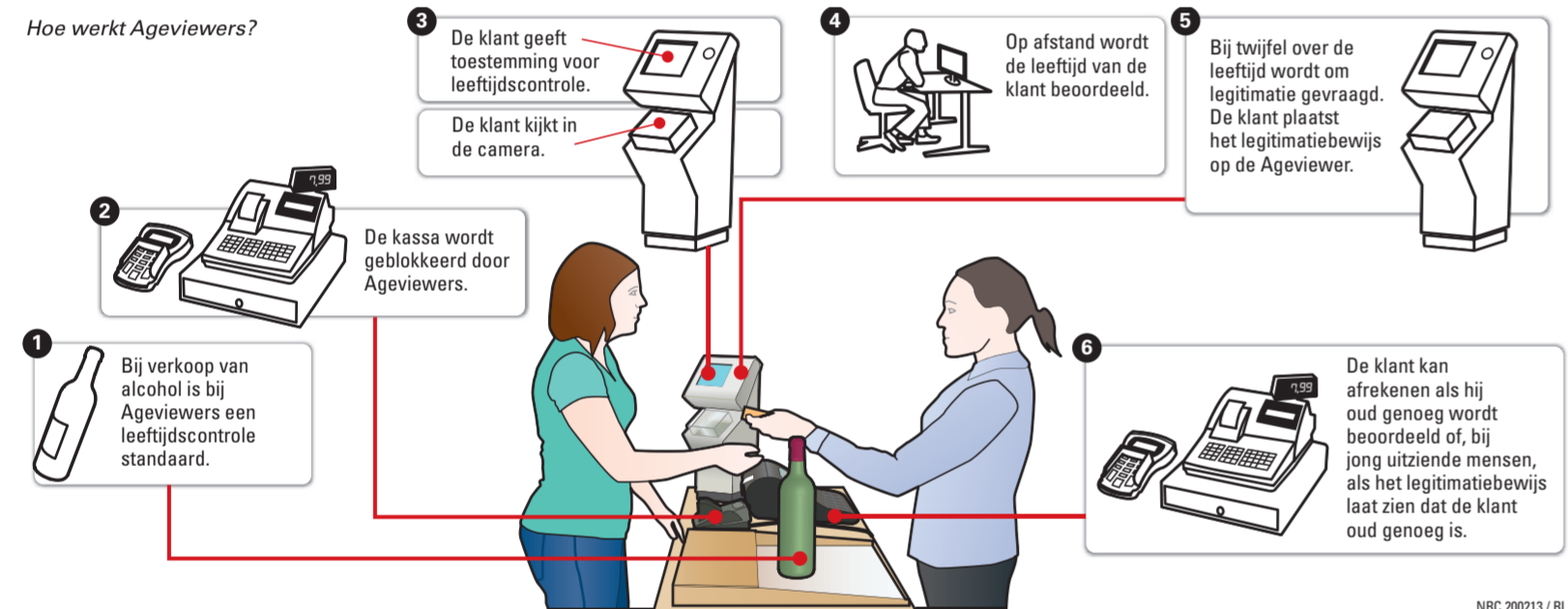
Hoe denkt Albert Heijn dan over de argumenten vóór Ageviewers die verschillende filiaalhouders aandragen, zoals minder verkoop van alco-

hol aan minderjarigen? „Ik kan niet voor andere partijen spreken. Ons gaat het om die klantvreemdheid. Die is essentieel.”

Ontevredenheid bij klanten is voor Jan van der Meer geen probleem. Van der Meer is directeur van Superrr, de enige supermarktketen die Ageviewers gebruikt. Bij Superrr werken kassamedewerkers die reinigeren op de arbeidsmarkt, na een auto-ongeluk bijvoorbeeld. En mensen met een handicap. „Ik merk niets van onvrede bij klanten. Het valt ook goed uit te leggen waarom we het systeem gebruiken: onze kassamedewerkers beschermen en geen alcohol voor kinderen.”

Gaan die kinderen niet naar een andere supermarkt dan? „Misschien wel. Het meest effectief is het invoeren van het systeem in alle supermarkten. Dan is er geen ontlopen aan.”

Ageviewers: alcoholcontrole niet langer door de caissière, maar op afstand



Ageviewers is in 2007 ontwikkeld door Hollandse Exploitatie Maatschappij (HEM) uit Breda. Het controlesysteem voor leeftijdsgebonden producten als alcohol wordt nu gebruikt bij circa honderd verkooppunten van alcohol, vooral slijterijen.

Kritiek op Ageviewers betreft onder meer de privacy: wat gebeurt er met de camerabeelden die de controleurs-op-aftand kunnen zien? Persoonsgegevens en beeldinformatie worden niet opgeslagen, meldt Ageviewers. „Die beelden be-

staan alleen tijdens de transactie”, zegt ondernemer Dirk Benschop van Ageviewers. „Zodra de controleur de transactie heeft beoordeeld, worden de beelden automatisch verwijderd.”

De controleurs-op-aftand zien alleen de klant, niet welk product hij of zij koopt, of waar in Nederland hij of zij zich bevindt. Er wordt, meldt Ageviewers, altijd toestemming gevraagd voor de leeftijdscoureur. Maar zegt de klant nee, dan kan die geen alcohol kopen.

Supermarktketens noemen Ageviewers niet klantvriendelijk. Oudere klanten hebben er bezwaar tegen dat ze voor een camera moeten gaan staan, zeggen ze. Ageviewers zegt dat 2 procent van de klanten niet meer werkt aan controle.

Het doorverkoop van drank aan jongeren onder 16 jaar kan Ageviewers niet voorkomen. Dat geldt voor elk controlesysteem in winkels. Mede daarom is sinds dit jaar voor jongeren onder de 16 het bezit van alcohol in publieke ruimtes strafbaar.

of het schooladvies van hun basisschool. De onderzoekers vermoeden dat die uitslag verband houdt met het alcoholgebruik van de jongeren. Daarnaast is bij jongeren onder meer bewezen dat alcoholconsumptie de botontwikkeling remt.

2. Andere reactie op alcohol

Dat zoveel jongeren met een alcoholvergiftiging in het ziekenhuis eindigen, komt doordat ze in korte tijd veel drinken, maar ook doordat het effect van de alcohol hen overvalt. Ze voelen zich in tegenstelling tot volwassenen meestal niet langzaam dronken worden, maar vallen in één klap om. Kinderarts Nico van der Lely vermoedt dat dit met de ontwikkeling van de hersenen te maken heeft. Zolang de hersenen nog niet volledig ontwikkeld zijn, reageer je anders op alcohol. In de kleine hersenen bijvoorbeeld, waar de motoriek geregeld wordt, heeft de alcohol daardoor veel minder effect dan bij volwassenen. Vandaar

dat een dronken kind niet altijd slingerend loopt. Bovendien zorgt alcohol ervoor dat je bloeddruk wijder wordt en je bloeddruk daalt. Bij jongeren die niet gewend zijn te drinken gaat dat zo snel, dat ze plotseling het bewustzijn verliezen. Daarnaast breken jongeren alcohol minder snel af dan volwassenen. Ze zijn na het drinken dus langer onder invloed.

3. De kans op verslaving neemt toe

Nog een langetermijnrisico: op jonge leeftijd drinken vergroot de kans op alcoholproblemen later. Volgens het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP) hebben jongeren die voor hun vijftiende beginnen met drinken vier keer meer kans op alcoholverslaving dan jongeren die erop hun 21ste mee beginnen. Ook gaan die jongeren vaker roken of drugs gaan gebruiken.

LINKE NIEBER



Ageviewers in een slijterij in Leeuwarden. Foto Kees van de Veen

De drank-toptien van jongeren

Deze krant vroeg vorig jaar aan 115 scholieren van vmo, havo en vwo, 69 jongens en 46 meisjes, welke drank(jes) ze drinken. Hun gemiddelde leeftijd: 15 jaar en 2 maanden.

1. Bier
2. Bacardi
3. Flügel
4. Malibu
5. Whisky
6. Smirnoff Ice
7. Wijn
8. Wodka
9. Bacardi Breezer
10. Safari



14,9% is het maximum alcoholpercentage in de supermarkt

Drankfabrikanten spelen handig in op het maximale alcoholpercentage in supermarkten van 14,9 procent. Zij maken een supermarktvariant van hun drank, die precies aan het maximum voldoet. Zo heeft Safari bij de slijter een alcoholpercentage van 20 procent. Safari Senza, de supermarktvariant, heeft 14,9 procent alcohol. Zo staat Safari toch in de supermarktschappen.