

2010Z11122

Vragen van het lid **Voordewind** (ChristenUnie) aan de ministers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en voor Jeugd en Gezin over *promotieactiviteiten van Heineken tijdens de huldiging van het Nederlands elftal* (ingezonden 20 juli 2010).

Vraag 1

Heeft u kennisgenomen van de promotieactiviteiten van Heineken tijdens de huldiging van het Nederlands elftal in Amsterdam op dinsdag 13 juli jl.?

Vraag 2

Bent u bekend met het bericht¹ dat Heineken bijzonder ingenomen was met de uitgevoerde marketing strategie en het bier gratis ter beschikking heeft gesteld? Bent u op de hoogte van deze elementen van de marketing strategie van Heineken?²

Vraag 3

Wat uw mening over deze zichtbare verstrengeling van het zich presenteren van de voetbalhelden, zijnde belangrijke voorbeeldfiguren voor jongeren, met de doelgerichte promotie van een biermerk?

Vraag 4

Deelt u de mening dat op deze wijze alcoholpromotie een zeer groot aantal minderjarigen heeft bereikt?

Vraag 5

Bent u bekend met de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken waarin staat beschreven dat alcoholpromotie niet gericht dient te zijn op een publiek dat uit meer dan 25% minderjarigen bestaat? Deelt u de mening dat deze

¹ Trouw, 14 juli 2010

² De elementen van deze activiteiten betroffen:

- zichtbare aanwezigheid van de groene kratten bier van het merk Heineken op de rondvaartboot waarop de spelers werden vervoerd
- het drinken van bier door de spelers in litergrote kannen tijdens de huldiging
- het zichtbaar drinken van bier uit Heineken flesjes tijdens de huldiging
- het dragen van t-shirts met daarop de naam Bertje, geschreven in het typische Heineken lettertype met duidelijke verwijzing naar het woord Biertje, zoals bekend uit de Heineken commercials
- het tijdens tv-interviews van spelers opvallend aanbieden van glazen bier

zogenaamde 25% regel niet heeft kunnen voorkomen dat een zeer groot aantal jongeren met alcoholpromotie is geconfronteerd?

Vraag 6

Deelt u de mening dat er bij de alcoholindustrie op dient te worden aangedrongen dat de 25% regel dient te worden aangepast? Welke aanpassing stelt u voor?

Vraag 7

Bent u bekend met de werkgroep Alcohol en Jongeren van het Regulier Overleg Alcohol (ROA) en haar rapport getiteld «Jongeren en alcohol mixen niet» waarin o.a. een programma met het NOS*NSF is opgenomen om het alcoholgebruik onder jongeren terug te dringen (Kamerstuk 27 565, nr. 103)? Deelt u de mening dat de alcoholpromotiestrategie van Heineken tijdens de huldiging van het Nederlandse elftal op 13 juli jl. haaks staat op de voorgenomen activiteiten van NOS*NSF? Welke conclusie trekt u uit deze feiten?

Vraag 8

Deelt u de mening dat deze promotie-actie van Heineken gemeentelijke activiteiten ontmoedigt, daar tal van gemeenten in Nederland actief zijn met het ontwikkelen van een lokaal alcoholbeleid met als doel het alcoholgebruik onder jongeren terug te dringen, onder andere in de sportsector.

Vraag 9

Bent u bereid om beleid te ontwikkelen dat als doel heeft om de thans zeer geaccepteerde samenhang tussen alcoholreclame en sport terug te dringen?

Vraag 10

Acht u het wenselijk dat in Nederland, in navolging van Frankrijk, sportsponsoring door alcoholproducenten wettelijk verboden wordt?