



METING 2015

Onderzoek 10 Kooppogingen alcohol door jongeren

A Kruize
B Bieleman

INTRAVAL
Onderzoek en Advies

1. Inleiding

Om gezondheidsschade van het drinken op jonge leeftijd te beperken is in de Drank- en Horecawet een leeftijdsgrens van 18 jaar voor alcohol opgenomen. De mate waarin deze wet het alcoholgebruik van jongeren daadwerkelijk kan beïnvloeden hangt af van de mate waarin deze wet wordt gehandhaafd en nageleefd (Reynolds 2003). Bovendien hebben, naast de (para)commerciële verkoopkanalen voor alcohol, ook sociale bronnen een grote invloed op het alcoholgebruik van jongeren (Trimbos instituut 2012). Om het alcoholgebruik onder jongeren te kunnen verminderen is een integrale aanpak noodzakelijk van zowel beleid, regelgeving en handhaving als bewustwording en educatie om zowel de (para)commerciële als de sociale beschikbaarheid en het gebruik van alcohol in te perken voor jongeren.

Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) wil graag weten hoeveel jongeren wel eens alcoholhoudende dranken (proberen te) kopen en waar jongeren dat dan doen. Zij heeft daarom onderzoeks- en adviesbureau INTRAVAL opdracht gegeven onderzoek te doen naar het kopen van alcoholhoudende dranken door jongeren.

In het onderzoek staan de volgende hoofdvragen centraal:

1. In hoeverre proberen jongeren beneden de 18 jaar momenteel alcoholhoudende dranken te kopen (koop poging)?
2. Bij welke soort gelegenheden proberen jongeren beneden de 18 jaar hun alcoholhoudende dranken te kopen?

Opzet

Er is een landelijke, representatieve inventarisatie gehouden onder jongeren. Hierbij zijn jongeren in de leeftijdscategorieën 14/15-jaar en 16/17-jaar, telefonisch geënquêteerd. In totaal zijn 1.014 jongeren gesproken: 504 14/15-jarigen en 510 16/17-jarigen.

In de enquête is voornamelijk aandacht besteed aan het zelf kopen van alcoholhoudende dranken door jongeren bij de verschillende soorten gelegenheden. Tevens is gevraagd op welke dagen en tijdstippen de jongeren met name alcoholhoudende dranken kopen en of ze anderen wel eens alcoholhoudende dranken laten kopen. Er zijn voornamelijk vragen gesteld waarbij de antwoorden niet werden voorgelezen. Het gaat dus om spontaan door de jongeren genoemde antwoorden.

Bij de achtergrondkenmerken is naast verschillen naar leeftijd tevens nagegaan of er sprake is van verschillen naar geslacht, opleidingsniveau en gemeentegrootte. Indien er sprake is van een verschil naar geslacht, opleidingsniveau of gemeentegrootte dan wordt dit specifiek genoemd. Tot slot is daar waar mogelijk een vergelijking gemaakt met de resultaten van de Monitor alcoholverstrekking jongeren 2011 (Bieleman e.a. 2012). Deze vergelijking komt in paragraaf 5 aan de orde.

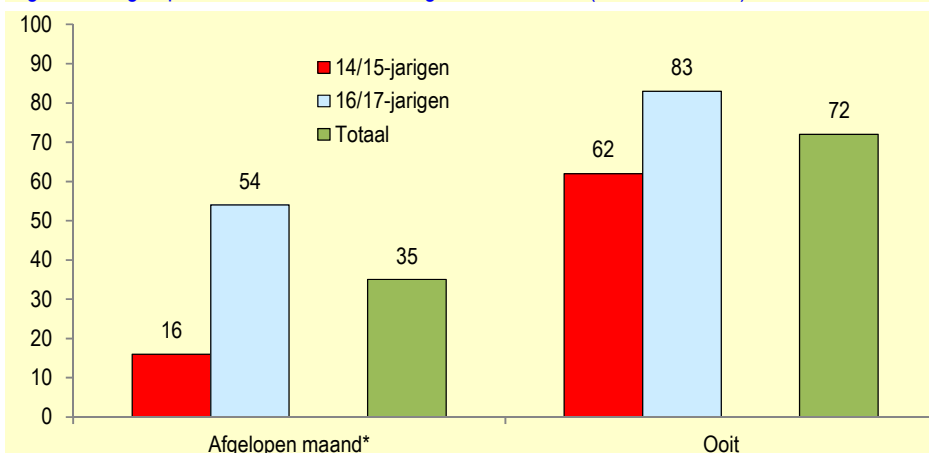
2. Belangrijkste resultaten

- Slechts een klein deel (1%) van de 14/15-jarigen koopt wel eens alcoholhoudende dranken voor zichzelf en/of anderen. Bij de 16/17-jarigen ligt dit met 10% significant hoger.
- Jongeren die wel eens alcoholhoudende dranken kopen doen dit met name in horecagelegenheden; 67%. Dit percentage ligt op 34% bij supermarkten, 10% op festivals of evenementen, 5% bij snackbars en 3% bij slijterijen.
- Hoger opgeleide jongeren hebben in de afgelopen maand vaker zwak alcoholhoudende dranken besteld in een sportkantine dan lager opgeleide jongeren. Ook bij sterke drank komt een verschil naar opleiding naar voren: hoger opgeleide jongeren kopen vaker sterke drank bij een slijterij dan lager opgeleide jongeren.
- Jongeren die het afgelopen jaar wel alcohol hebben gedronken, maar niet zelf kopen, krijgen de drank veelal via hun ouders en oudere vrienden. Ook het laten kopen gebeurt met name door de ouders en oudere vrienden.
- Vergeleken met onze meting in 2011 is het percentage 14/15-jarigen dat wel eens alcoholhoudende dranken koopt gedaald van 9% in 2011 naar 1% in 2015. Bij 16/17-jarigen is dit gedaald van 78% naar 10%, die destijds overigens wel zwak alcoholhoudende dranken mochten kopen.
- Het kopen van sterke drank bij een horecagelegenheid door 16/17-jarigen is gedaald van 23% in 2011 naar 5% in 2015 en bij slijterijen van 5% naar 1%.

3. Drinken

Van de 14/15-jarigen heeft 16% de afgelopen maand alcohol gedronken, terwijl 62% aangeeft ooit wel eens alcohol te hebben gedronken. Bij de 16/17-jarigen liggen deze percentages beduidend hoger; van hen heeft 54% de afgelopen maand en 83% ooit wel eens alcohol gedronken (figuur 1). Uit nadere analyses van alle jongeren blijkt dat jongens in de afgelopen maand vaker alcohol hebben gedronken dan meisjes: 38% versus 32%. Bij ooit wel eens alcohol gedronken bestaat geen significant verschil: 73% van de jongens tegenover 71% van de meisjes.

Figuur 1 Afgelopen maand of ooit alcohol gedronken, in % (N= 504 –1.014)



* Significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, $p < 0,05$.

Niet-kopende drinkers

Het merendeel (90%) van de jongeren die het afgelopen jaar alcohol hebben gedronken, geeft aan nooit alcoholhoudende dranken voor zichzelf te kopen. Jongeren die het afgelopen jaar wel hebben gedronken maar niet zelf alcoholhoudende dranken kopen, krijgen de drank met name van (oudere) vrienden (60%) en/of hun ouders (51%). Dit geldt zowel voor de 14/15-jarigen als de 16/17-jarigen.

De voornaamste redenen waarom zij niet kopen zijn: alcoholhoudende dranken zijn lastig te krijgen omdat je leeftijd wordt gecontroleerd (39%) en ik ben nog geen 18 (36%).

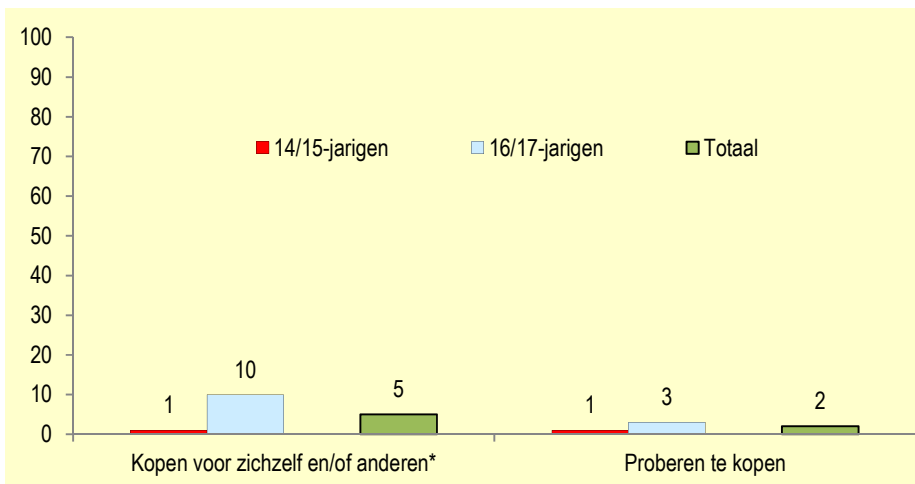
Laten kopen

Van de jongeren die het afgelopen jaar alcohol hebben gedronken laat 75% wel eens anderen alcoholhoudende dranken voor hen kopen. Zij laten dit met name doen door (oudere) vrienden (76%) en/of ouders (41%). Dit geldt zowel voor de 14/15-jarigen als de 16/17-jarigen. Tevens is gevraagd waar ze de anderen alcoholhoudende dranken laten kopen. Hieruit blijkt dat dit met name is bij supermarkten (61%) en horecagelegenheden (44%).

4. Kopen van alcohol

Van alle ondervraagde 14/15-jarigen koopt 1% wel eens alcoholhoudende dranken voor zichzelf en/of voor anderen, terwijl dit bij de 16/17-jarigen met 10% significant hoger ligt (figuur 2). Daarnaast heeft 1% van de 14/15-jarigen het afgelopen jaar wel eens alcoholhoudende dranken proberen te kopen, maar is het uiteindelijk niet gelukt om de producten te kopen. Bij de 16/17-jarigen geldt dit voor 3%. In totaal bestaat de groep (probeer)kopers uit 79 jongeren, 13 14/15-jarigen en 66 16/17-jarigen.

Figuur 2 Alcoholhoudende dranken voor zichzelf of anderen kopen en proberen te kopen, in % (N=504 –1.014)



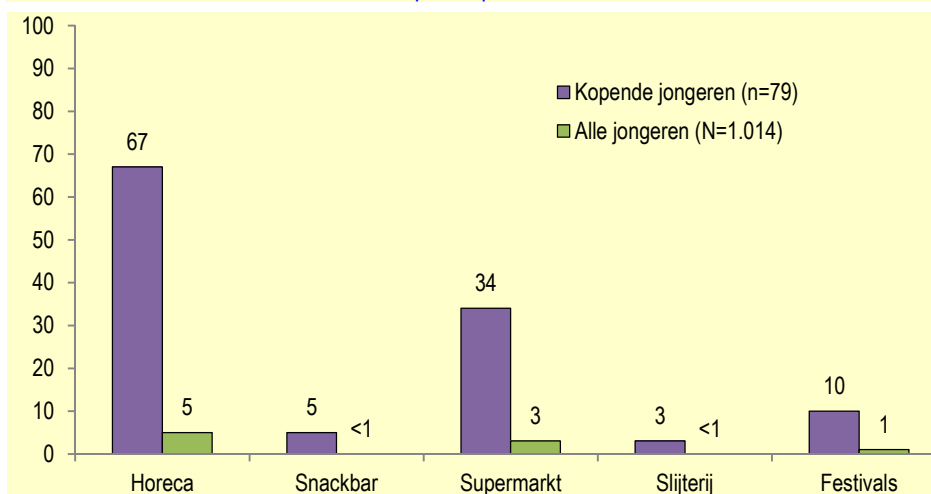
* Significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, $p < 0,05$.

Het blijkt dat jongeren uit kleinere gemeenten vaker alcoholhoudende dranken kopen dan jongeren uit grotere gemeenten; 7% versus 3%.

Waar kopen jongeren alcoholhoudende dranken

Op de open vraag waar ze meestal hun alcoholhoudende dranken kopen of proberen dat te doen antwoordt 67% van de (probeer)kopers (n=79) dit bij een horecagelegenheid te doen (figuur 3). Indien we uitgaan van alle jongeren (N=1.014) ligt dit percentage op 5%. Andere soorten gelegenheden die door de jongeren zijn genoemd zijn: supermarkten (respectievelijk 34% en 3%); festivals of evenementen (10% en 1%); snackbars/cafetaria's (5% en minder dan 1%); slijterijen (3% en minder dan 1%). De jongeren is daarnaast expliciet gevraagd of zij wel eens alcoholhoudende dranken via internet bestellen. Slechts twee jongeren geven aan dit de afgelopen maand te hebben gedaan.

Figuur 3 Spontaan genoemde soorten gelegenheden waar jongeren meestal hun alcoholhoudende dranken kopen of proberen dat te doen, in %



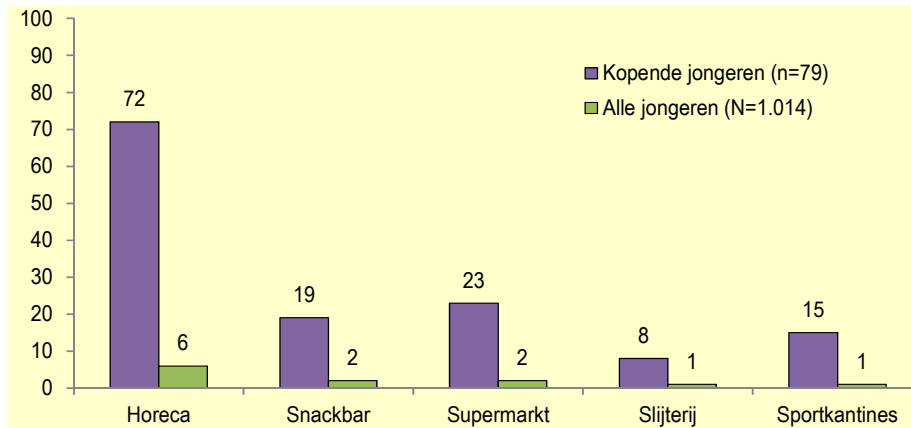
Kopen zwak alcoholhoudende dranken

De jongeren is expliciet gevraagd in hoeverre ze de maand voorafgaande aan het onderzoek bij één van de volgende soorten gelegenheden zwak alcoholhoudende dranken hebben gekocht of geprobeerd dat te doen: horecagelegenheden; slijterijen; supermarkten; sportkantines.

Het blijkt dat de (probeer)kopers (n=79) hun zwak alcoholhoudende dranken met name bij horecagelegenheden (72%) kopen, gevolgd door supermarkten (23%), snackbars/cafetaria's (19%) en sportkantines (15%) (figuur 4). Enkele jongeren (zes, alleen 16/17-jarigen) hebben de afgelopen maand zwak alcoholhoudende dranken gekocht of geprobeerd dat te doen bij een slijterij.

Uitgaande van alle jongeren (N=1.014), zien we dat 6% in de maand voorafgaande aan het onderzoek zwak alcoholhoudende dranken in een horecagelegenheid heeft gekocht of geprobeerd dat te doen. Bij de overige gelegenheden liggen deze percentages op respectievelijk 2% bij snackbars en supermarkten en 1% bij slijterijen en sportkantines.

Figuur 4 (Proberen te) kopen van zwak alcoholhoudende dranken naar soort gelegenheid, in %

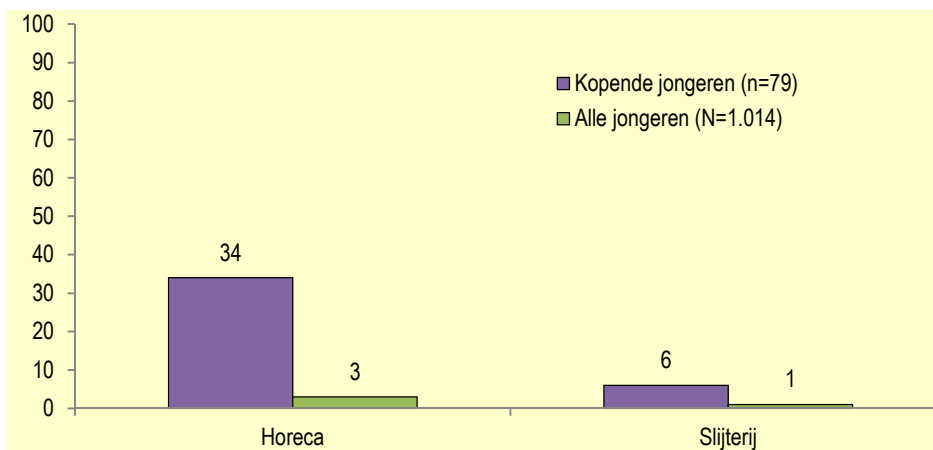


Voor het kopen van zwak alcoholhoudende dranken geldt dat er sprake is van een significant verschil naar opleiding. Van de hoger opgeleide (probeer)kopers heeft 23% de afgelopen maand wel eens zwak alcoholhoudende dranken gekocht of geprobeerd dat te doen in een sportkantine, terwijl dit voor 5% van de lager opgeleiden geldt. Hierbij dient te worden opgemerkt dat hoger opgeleiden ook vaker lid zijn van een sportvereniging dan lager opgeleiden.

Kopen sterke drank

Sterke drank wordt alleen verkocht in horecagelegenheden en slijterijen. Het blijkt dat 34% van de (probeer)kopers de afgelopen maand sterke drank heeft gekocht of geprobeerd dat te doen bij een horecagelegenheid, terwijl 6% dat wel eens heeft gedaan bij een slijterij (figuur 5). Voor alle jongeren (n=1.014) liggen deze percentages op respectievelijk 3% in horecagelegenheden en 1% bij slijterijen.

Figuur 5 (Proberen te) kopen van sterke drank naar soort gelegenheid, in %

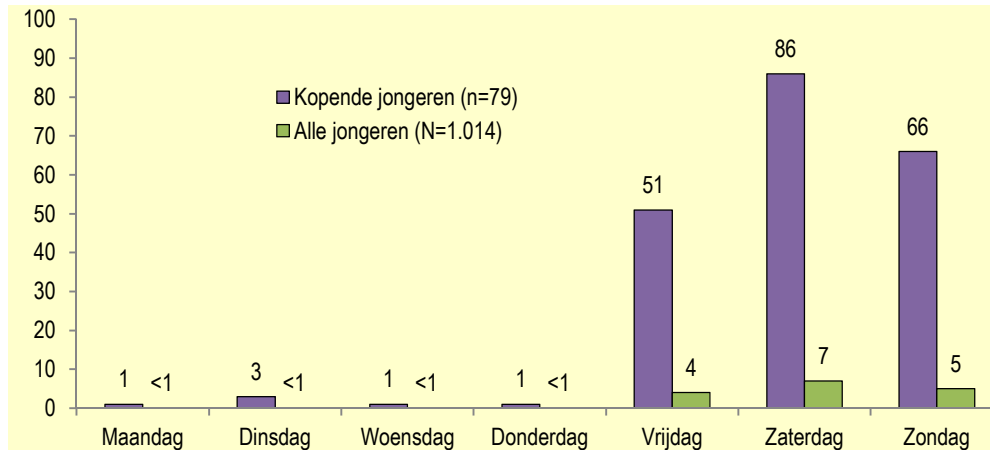


Ook hier komt een significant verschil in opleiding naar voren. Van de hoger opgeleide (probeer)kopers heeft 11% de afgelopen maand wel eens sterke drank gekocht of geprobeerd dat te doen in een slijterij, terwijl dit voor geen van de lager opgeleiden geldt.

Momenten waarop jongeren alcoholhoudende dranken kopen

De (probeer)kopers (n=79) kopen hun alcoholhoudende dranken met name op zaterdag (86%), zondag (66%) en vrijdag (51%) (figuur 6). Op de overige dagen doen ze dit nauwelijks: 1% op maandag, woensdag of donderdag en 3% op dinsdag. Uitgaande van alle jongeren komen de percentages op 7% op zaterdag, 5% op zondag en 4% op vrijdag.

Figuur 6 Dagen waarop jongeren met name alcoholhoudende dranken kopen*, in %



* Meerdere antwoorden mogelijk.

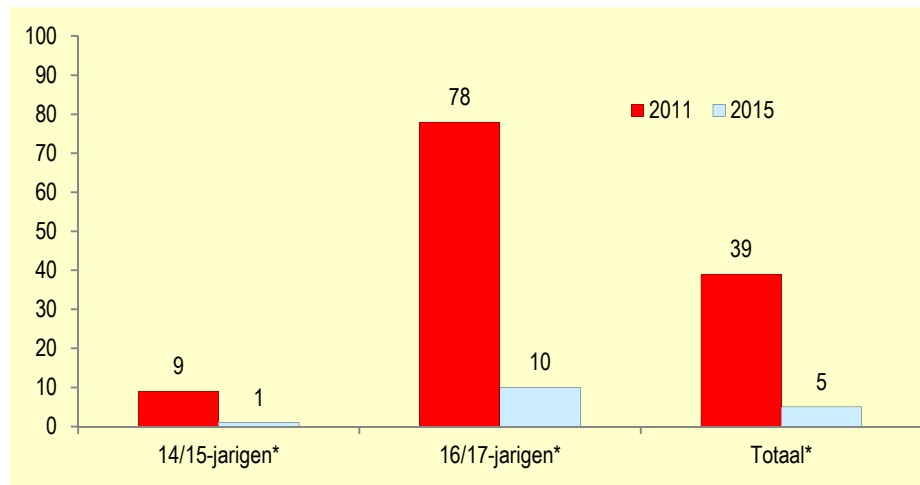
Tevens is gevraagd naar de momenten waarop jongeren hun alcoholhoudende dranken kopen. De (probeer)kopers doen dit met name tijdens het uitgaan (68%) of daarvoor (33%). Daarnaast geeft 13% aan tijdens evenementen, festivals en/of concerten alcoholhoudende dranken te kopen.

5. Vergelijking 2011

In 2011 heeft INTRAVAL in opdracht van de Nederlands Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) de Monitor alcoholverstrekking jongeren uitgevoerd. In deze paragraaf worden de resultaten van de nu uitgevoerde meting (2015) en die van 2011 met elkaar vergeleken.

In 2011 kocht 9% van de 14/15-jarigen wel eens alcoholhoudende dranken voor zichzelf en/of voor anderen. In 2015 ligt dit met 1% beduidend lager (figuur 7). Bij de 16/17-jarigen is er eveneens sprake van een sterke daling van 78% in 2011 naar 10% in 2015. Hierbij dient wel te worden opgemerkt dat de leeftijdsgrens voor het kopen van zwak alcoholhoudende dranken toen nog op 16 jaar lag. Aan de 16/17-jarigen mocht toen dus zwak alcoholhoudende drank worden verkocht.

Figuur 7 Alcoholhoudende dranken voor zichzelf of anderen kopen en proberen te kopen, in % (N=504 –2.950)

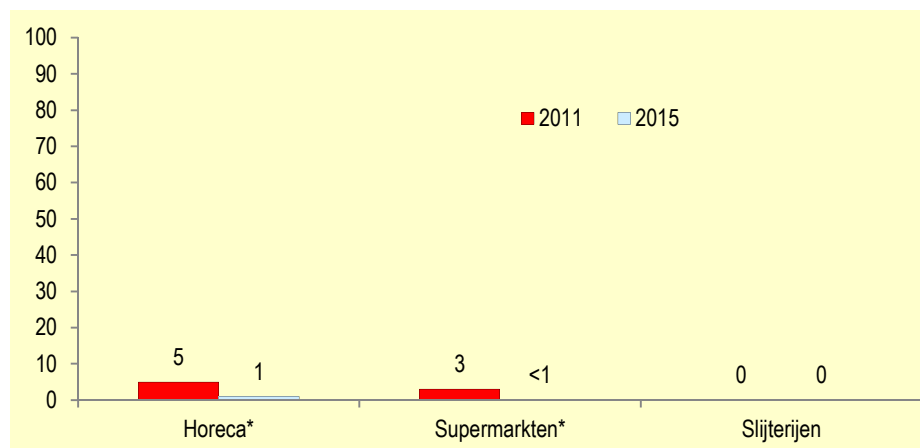


* Significant verschil tussen 2011 en 2015, $p < 0,05$.

14/15-jarigen

Bij de afzonderlijke soorten gelegenheden zien we voor de 14/15-jarigen, behalve bij slijterijen, een daling in het percentage jongeren dat de maand voorafgaande aan het onderzoek wel eens zwak alcoholhoudende dranken heeft gekocht of geprobeerd dat te doen. Zo gaf in 2011 5% van de 14/15-jarigen aan zwak-alcoholhoudende dranken in een horecagelegenheid te hebben besteld, terwijl dit in 2015 is gedaald naar 1% (figuur 8). Bij de supermarkten is er sprake van een daling van 3% naar minder dan 1%. Voor de slijterijen geldt dat zowel in 2011 als in 2015 geen van de 14/15-jarige jongeren daar zwak alcoholhoudende dranken heeft gekocht of geprobeerd dat te doen.

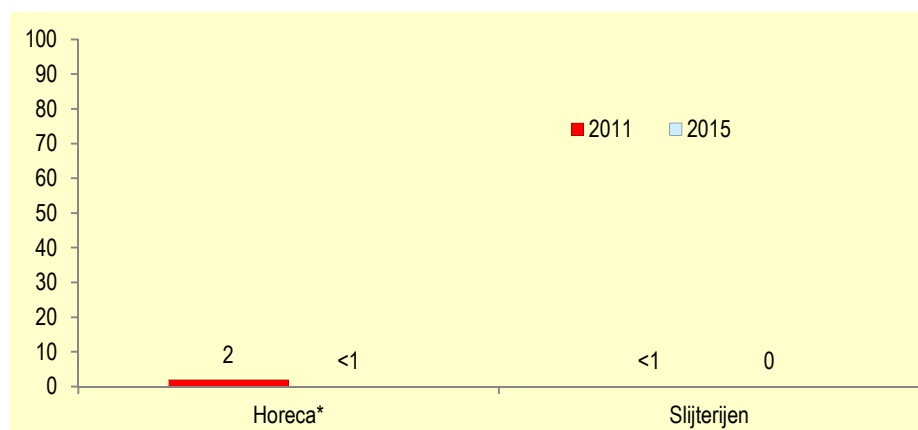
Figuur 8 14/15-Jarigen die zwak alcoholhoudende dranken (proberen te) kopen naar soort gelegenheid, in % (N=503 –1.675)



* Significant verschil tussen 2011 en 2015, $p < 0,05$.

Ook voor het kopen van sterke drank geldt dat in 2015 geen van de 14/15-jarige jongeren dit heeft gekocht of geprobeerd dat te doen bij een slijterij. In 2011 gold dit voor minder dan 1% (figuur 9). Het kopen van sterke drank in een horecagelegenheid is gedaald van 2% in 2011 naar minder dan 1% in 2015.

Figuur 9 14/15-Jarigen die sterke drank (proberen te) kopen naar soort gelegenheid, in % (N=503 –1.675)

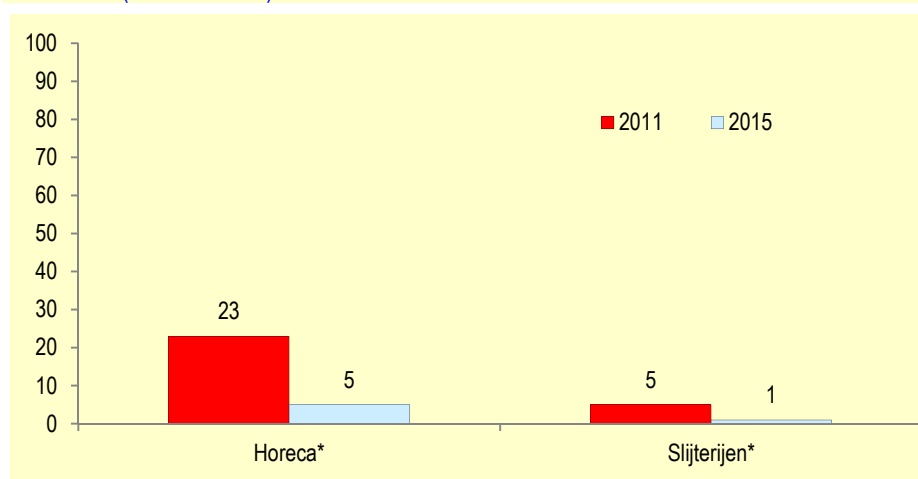


* Significant verschil tussen 2011 en 2015, $p < 0,05$.

16/17-jarigen

Zoals al is aangegeven mocht in 2011 aan 16/17-jarigen zwak alcoholhoudende dranken worden verkocht. In die meting zijn aan deze leeftijdscategorie dan ook alleen vragen gesteld over het kopen van sterke drank. Uit figuur 10 blijkt dat in 2011 23% van de 16/17-jarigen in de maand voorafgaande aan het onderzoek wel eens sterke drank heeft besteld of geprobeerd dat te doen in een horecagelegenheid, terwijl 5% dit in een slijterij had gedaan. In 2015 liggen deze percentages met respectievelijk 5% en 1% significant lager.

Figuur 10 16/17-Jarigen die sterke drank (proberen te) kopen naar soort gelegenheid, in % (N=505 –1.274)



* Significant verschil tussen 2011 en 2015, $p < 0,05$.

COLOFON

© St. INTRAVAL

Postadres

Postbus 1781
9701 BT Groningen
E-mail info@intraval.nl

www.intraval.nl

Kantoor Groningen:	Kantoor Rotterdam:
St. Jansstraat 2C	Goudsesingel 68
Telefoon 050 - 313 40 52	Telefoon 010 - 425 92 12
Fax 050 - 312 75 26	Fax 010 - 476 83 76

Augustus 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.

TEKST	A. Kruize, B. Bieleman
OPDRACHTGEVER	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
OPMAAK	M. Haaijer
OMSLAG	E. Cusiel
DRUK	Copy-Copy Groningen
ISBN	978 90 8874 200 2

