



Aan

Staatssecretaris JPS

Deadline: 09-04-2025

Directie Voeding,
Gezondheidsbescherming
en Preventie

Ontworpen door

nota

(ter beslissing)

het bericht dat supermarkten alcohol dubbel zo vaak in de aanbieding hebben als vier jaar geleden.

Datum Document

Kenmerk
4068367-1079558-VGP

Bijlage(n)
Brief met beantwoording
kamervragen

*paar kleine aanpassingen, re opmerkingen
zonder akkoord*

1. Aanleiding

Op 26 februari jl. heeft kamerlid D. Jansen (NSC) Kamervragen gesteld over alcoholmarketing: de stijging van het aantal aanbiedingen voor alcoholhoudende drank door supermarkten en de gratis promotie van selzer-drank via social media. Op 20 maart is een uitstelbrief naar de Tweede Kamer gestuurd.

2. Geadviseerd besluit

U wordt verzocht akkoord te gaan met de beantwoording van de Kamervragen en deze uiterlijk 9 april te versturen naar de Tweede Kamer.

3. Kernpunten

In de beantwoording wordt ingegaan op de afspraken uit het NPA, de wet- en regelgeving rond alcoholmarketing, de aanscherping van de regels uit de Reclamecode voor Alcoholhoudende drank en de aanwijzingen die er zijn voor de naleving.

4. Toelichting

a. Draagvlak politiek

Naast kamerlid Jansen, heeft Eerste Kamerlid Perin-Gopie (Volt) onlangs Kamervragen gesteld over de promotie van alcohol door supermarkten. Op basis van een eerdere TK-motie heeft u bij brief op 24 oktober 2024 uiteengezet op welke wijze de bestaande regelgeving voor alcoholmarketing aangescherpt kan worden.



b. Draagvlak maatschappelijk en eenduidige communicatie

KWF en MDL Fonds hebben op 20 februari dit jaar aandacht gevraagd voor de schadelijke invloed van alcoholmarketing op minderjarigen. Dit heeft geleid tot een item in MAX Meldpunt. Eerder heeft Pointer hier reportages aan gewijd. Het Trimbos-instituut heeft onderzocht dat 2/3 van de Nederlanders een verbod op alcoholreclame een (heel) goed idee vindt.

Kenmerk
4068367-1079558-VGP

c. Financiële en personele gevolgen

Nvt

d. Juridische aspecten haalbaarheid

Nvt

e. Afstemming (intern, interdepartementaal en met veldpartijen)

De beantwoording is afgestemd met de NVWA, de Reclame Code Commissie en het Commissariaat voor de Media.

f. Gevolgen administratieve lasten

Nvt

g. Toezeggingen

U zegt toe dat u de uitkomsten van de Monitor Kidsmarketing meeneemt in uw samenhangende preventiestrategie.

h. Fraudetoets

Nvt

5. Informatie die niet openbaar gemaakt kan worden

a. Motivering

Tot personen herleidbare gegevens zijn onleesbaar gemaakt vanwege de bescherming van de persoonlijke levenssfeer.

