

...

Verkrijgbaarheids- onderzoek alcohol door minderjarigen 2019

A. Kruise
I. Schoonbeek
R. Pieper

Breuer
ONDERZOEK **& INTRAVAL**
ADVIES



Verkrijgbaarheidsonderzoek alcohol door minderjarigen 2019

Januari 2020

Colofon

©Breuer&Intraval

Januari 2020

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, I. Schoonbeek, R. Pieper
Opmaak:	M. Haaijer
Opdrachtgever:	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
ISBN:	978 90 8874 280 4



1. Inleiding

Overmatig alcoholgebruik op jonge leeftijd kan zowel direct als ook later in het leven leiden tot gezondheidsproblemen, zoals blijvende hersenschade en een verhoogde kans op verslaving.^{1,2,3} Een belangrijke voorspeller voor het drinkgedrag van jongeren is de beschikbaarheid van alcohol in hun omgeving; hoe hoger de beschikbaarheid, hoe hoger het alcoholgebruik.^{4,5,6} Om gezondheidsschade van het drinken op jonge leeftijd te beperken is in de Drank- en Horecawet (DHW) een leeftijdsgrens van 18 jaar voor alcohol opgenomen. Dit houdt in dat alcoholhoudende dranken niet aan personen jonger dan 18 jaar mogen worden verstrekt. Tevens is het voorhanden hebben of in het bezit hebben van alcoholhoudende dranken strafbaar voor jongeren onder de 18 jaar.

Het ministerie van VWS wil graag inzicht in hoe het is gesteld met de verkrijgbaarheid van alcoholhoudende dranken voor minderjarige jongeren. Zij heeft daarom onderzoeks- en adviesbureau Breuer&Intraval opdracht gegeven een landelijke representatieve inventarisatie onder jongeren in de leeftijdsgroepen 14/15 jaar en 16/17 jaar uit te voeren.

In het onderzoek staan de volgende vragen centraal:

1. Uit welke sociale bronnen verkrijgen minderjarige jongeren alcoholhoudende dranken?
 - Hoe vaak vragen minderjarige jongeren zelf om alcoholhoudende dranken aan hun sociale bronnen? Betalen ze de sociale bronnen daarvoor?
 - Hoe vaak krijgen minderjarige jongeren alcoholhoudende dranken van hun sociale bronnen aangeboden zonder hierom expliciet te vragen?
2. Uit welke (para)commerciële bronnen verkrijgen minderjarige jongeren alcoholhoudende dranken?
 - Hoe vaak lukt het minderjarige jongeren alcohol te kopen bij verschillende verstrekkers? Bij thuisbezorgkanalen: waar worden de alcoholhoudende dranken bezorgd en afgehaald?
 - Hoe vaak vragen verstrekkers om een ID en besluiten ze tot verkoop over te gaan?
 - Hoe vaak gebruiken minderjarige jongeren een nep-ID c.q. vervalst ID om alcoholhoudende dranken te kopen en slagen ze daar dan in?

¹ Bava, S. & F. Tapert (2010). Adolescent Brain Development and the Risk for Alcohol and Other Drug Problems. *Neuropsychology Review*, 20(4), 398-413.

² Clark, D.B., D.L. Thatcher & S.F. Tapert (2008). Alcohol, Psychological Dysregulation, and Adolescent Brain Development. *Alcoholism. Clinical & Experimental Research*, 32(3), 375-385.

³ Feldstein Ewing, S. W., Sakhardande, A., & Blakemore, S.-J. (2014). The effect of alcohol consumption on the adolescent brain: A systematic review of MRI and fMRI studies of alcohol-using youth. *NeuroImage: Clinical*, 5, 420-437.

⁴ Babor, T.F., R. Caetano, S. Casswell, et al (2010). Alcohol: No Ordinary Commodity: Research and Public Policy. Oxford University Press, USA.

⁵ Raitasalo, K., Simonen, J., Tigerstedt, C., Makela, P., & Tapanainen, H. (2018). What is going on in underage drinking? Reflections on Finnish European school survey project on alcohol and other drugs data 1999-2015. *Drug and Alcohol Review*, 37 Suppl 1, S76-S84.

⁶ Xuan, Z., Blanchette, J. G., Nelson, T. F., Nguyen, T. H., Hadland, S. E., Oussayef, N. L., ... Naimi, T. S. (2015). Youth Drinking in the United States: Relationships With Alcohol Policies and Adult Drinking. *Pediatrics*, 136(1), 18-27.



De (para)commerciële bronnen (verkoopkanalen) die in dit onderzoek zijn meegenomen komen overeen met de gebruikte categorieën uit het nalevingsonderzoek 2018 en de geplande nalevingsonderzoeken in 2020 en 2022.⁷ Het gaat om de volgende (para)commerciële bronnen:

- Avondwinkels
- Horecagelegenheden
- Cafetaria's
- Slijterijen (uitgesplitst naar zelfstandige slijterijen, ketenslijterijen en borrelshops)
- Sportkantines
- Supermarkten (uitgesplitst naar ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten)
- Thuisbezorgkanalen (uitgesplitst naar maaltijdbezorgdiensten, thuisbezorgende landelijke ketens (slijterijen en supermarkten) en webshops.

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. Naast de verdeling naar leeftijd is voor de representativiteit tevens rekening gehouden met de verdeling van de jongeren over Nederland. In totaal zijn 1.524 jongeren geënquêteerd; 738 14/15-jarigen en 786 16/17-jarigen. Van de geënquêteerde jongeren is 53% een jongen. De verdeling naar opleiding is als volgt: 26% mavo of lager, 26% Havo, 28% VWO, 16% MBO, 2% HBO en minder dan 1% universiteit.

In de enquête is gevraagd naar het feitelijk aankoopgedrag van de jongeren bij de verschillende soorten verkoopkanalen en de reacties daarop inzake de verificatie van de leeftijd bij het verkrijgen van alcoholhoudende dranken door de verstrekkers. Ook is gevraagd op welke dagen en tijdstippen de jongeren met name alcoholhoudende dranken kopen en of ze bepaalde tactieken toepassen om alcoholhoudende dranken te kunnen kopen. Daarnaast hebben we vragen gesteld over het gebruik van sociale bronnen, zoals (oudere) vrienden, ouders, broers/zussen en anderen (vreemden). Er zijn voornamelijk open vragen gesteld, waarbij de antwoorden niet werden voorgelezen. Het gaat dus om spontaan door de jongeren genoemde antwoorden.

In 2015 is door Breuer&Intraval een soort gelijk onderzoek uitgevoerd.⁸ Daar waar mogelijk wordt een vergelijking gemaakt met dit onderzoek.⁹ Deze vergelijking komt in paragraaf 7 aan de orde.

⁷ Objectief (2018). Landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop aan minderjarigen in 2018. Objectief, Nijmegen.

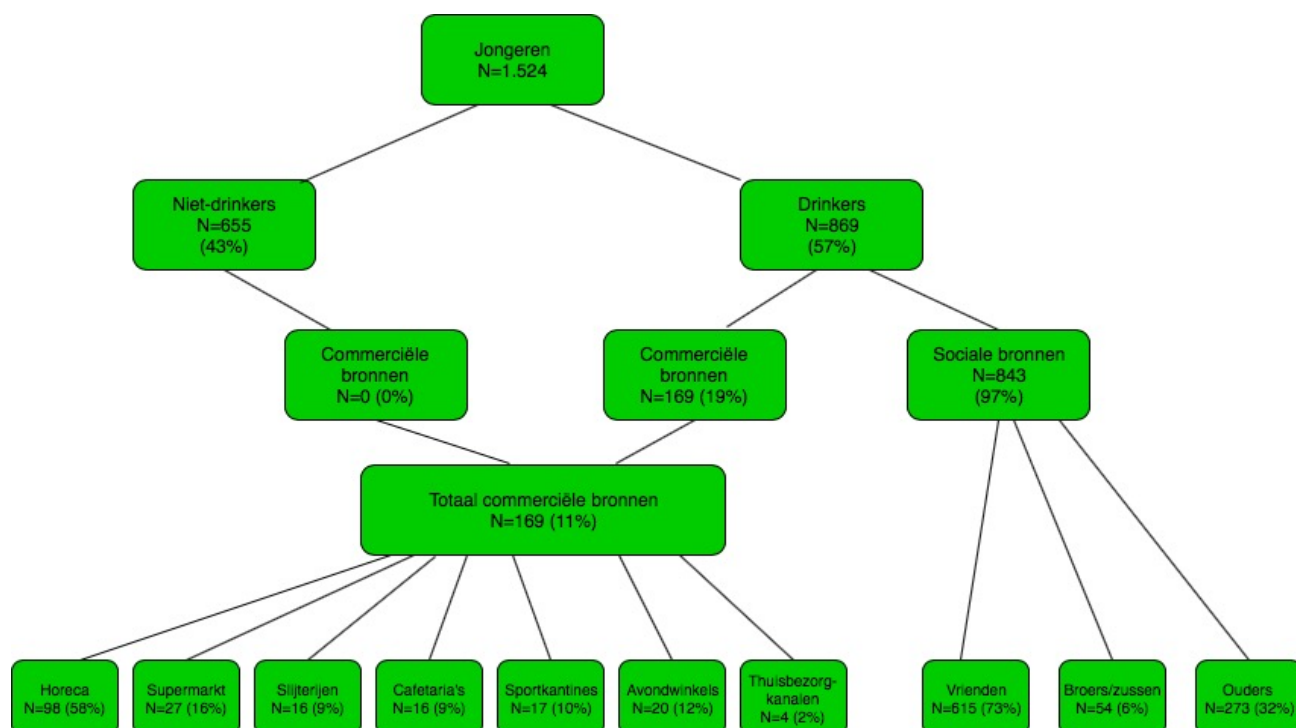
⁸ Kruize, A., B. Bieleman (2015). Onderzoek koop pogingen alcohol door jongeren. St. INTRAVAl, Groningen-Rotterdam

⁹ Deze vergelijking is mogelijk voor een beperkt deel van de vragen, aangezien niet alle vragen die in dit onderzoek zijn gesteld ook in 2015 zijn gesteld.

2. Belangrijkste resultaten

Figuur 1 geeft een overzicht van de jongeren die in het afgelopen jaar alcohol hebben gedronken en gebruik hebben gemaakt van commerciële en/of sociale bronnen. Van alle jongeren die aan het onderzoek hebben deelgenomen geeft 57% aan in het afgelopen jaar alcohol te hebben gedronken. Van deze groep drinkers heeft 19% (n=169) alcoholhoudende dranken gekocht bij commerciële bronnen, terwijl 97% (n=843) gebruik heeft gemaakt van sociale bronnen. Een deel van de drinkende jongeren (n=143) heeft dus zowel gebruik gemaakt van commerciële als sociale bronnen.

Figuur 1 Afgelopen maand of ooit gedronken, in % (N=738 – 1.524)



Sociale bronnen

- Van de jongeren die in het afgelopen jaar alcohol hebben gedronken geeft 97% aan wel eens gebruik te maken van sociale bronnen (figuur 1). Het gaat hierbij met name om (oudere) vrienden (73%) en in mindere mate om ouders (32%) of broers en zussen (6%).
- Uit de vergelijking met de resultaten van het onderzoek in 2015 komt naar voren dat het deel van de jongeren dat de alcoholhoudende dranken van hun ouders krijgt is gedaald van 51% in 2015 naar 32% in 2019.
- 24% van de jongeren zegt anderen wel eens om alcoholhoudende dranken te vragen, terwijl 38% anderen wel eens alcoholhoudende dranken voor zich laat kopen. Het merendeel (55%) van deze jongeren betaalt anderen daar nooit voor.
- 46% van de jongeren krijgt wel eens alcoholhoudende dranken zonder hierom te vragen. Zij krijgen dit met name van hun vrienden (88%).



Commerciële bronnen

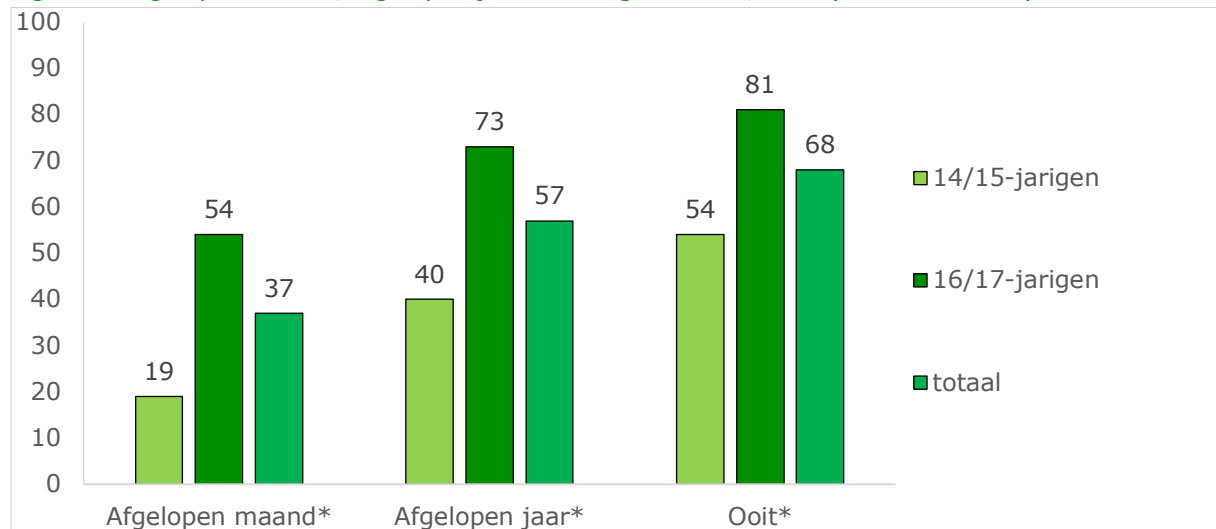
- Slechts een beperkt deel (3%) van de 14/15-jarigen koopt wel eens alcoholhoudende dranken voor zichzelf of voor anderen of probeert dat te doen. Bij de 16/17-jarigen ligt dit met 18% significant hoger.
- Bij de 16/17-jarigen is er sprake van een toename ten opzichte van 2015: een stijging van 13% in 2015 naar 18% in 2019. Bij de 14/15-jarigen lag het beide jaren op 3%.
- In 2019 kopen de jongeren in de maand voorafgaand aan het onderzoek met name zwak alcoholhoudende dranken of proberen dat te doen in horecagelegenheden (55%), gevolgd door supermarkten (16%). Zij doen dit in mindere mate bij avondwinkels (12%), sportkantines (10%), cafetaria's (9%) en slijterijen (9%).
- Voor het kopen of proberen te kopen van alcoholhoudende dranken in de maand voorafgaand aan het onderzoek bij de verschillende soorten verkoopkanalen geldt dat er geen sprake is van significante veranderingen tussen 2015 en 2019.
- De jongeren is gevraagd of zij de laatste keer dat zij alcoholhoudende dranken kochten of geprobeerd hebben dat te doen naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs zijn gevraagd. Het zijn met name de slijterijen en supermarkten die dit hebben gedaan: respectievelijk 38% en 37%. Bij de andere verkoopkanalen ligt dit percentage tussen de 18% bij de avondwinkels en sportkantines en 25% bij de cafetaria's.
- Bij alle verkoopkanalen geeft het merendeel (81% - 100%) van de jongeren aan dat het hen de laatste keer is gelukt om alcoholhoudende dranken te kopen.
- Het kopen of proberen te kopen van alcoholhoudende dranken via thuisbezorgkanalen komt nauwelijks voor. Vier jongeren hebben aangegeven dit in de maand voorafgaand aan het onderzoek te doen. Overigens geven alle vier de jongeren aan dat zij niet zijn gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs en dat zij de alcoholhoudende dranken hebben gekregen. Zij laten de alcoholhoudende dranken thuis (n=4) en/of bij vrienden bezorgen (n=2).
- Van de jongeren die in het afgelopen jaar alcoholhoudende dranken hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen geeft een enkeling (minder dan 3%, 4 jongeren) aan dit wel eens te proberen met een vervalst identiteitsbewijs. Twee van de vier jongeren zegt dat het hen op deze manier altijd lukt om de alcoholhoudende dranken mee te krijgen.

3. Drinken

Van de 14/15-jarigen heeft 19% de afgelopen maand alcohol gedronken, terwijl 54% aangeeft ooit wel eens alcohol gedronken te hebben (figuur 2). In de leeftijdscategorie 16/17-jarigen liggen deze percentages hoger. Van deze groep heeft 54% de afgelopen maand en 81% ooit wel eens alcohol gedronken. In totaal heeft 37% van de jongeren afgelopen maand gedronken en 68% ooit wel eens gedronken.



Figuur 2 Afgelopen maand, afgelopen jaar of ooit gedronken, in % (N=738 – 1.524)



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

Niet-kopende drinkers

Het merendeel (84%) van de jongeren die afgelopen jaar alcohol heeft gedronken ($n=869$), geeft aan nooit alcoholhoudende dranken voor zichzelf te kopen. Jongeren die wel hebben gedronken maar niet zelf kopen, krijgen de drank met name van (oudere) vrienden (66%) en/of hun ouders (32%). De redenen waarom zij zelf geen alcohol kopen zijn: het is lastig omdat je op leeftijd wordt gecontroleerd (25%) en ik ben nog geen 18 jaar (62%). Daarnaast geeft een klein percentage van de jongeren aan dat zij geen alcohol kopen omdat dit door (oudere) vrienden (4%) en/of door ouders wordt gekocht (1%).

4. Sociale bronnen

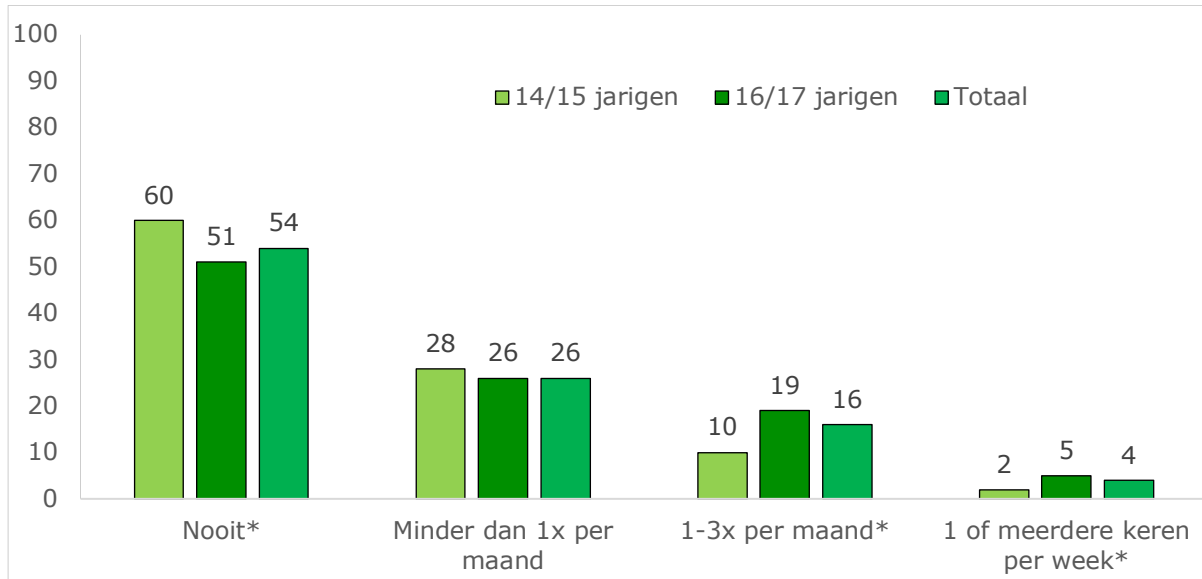
De jongeren is gevraagd naar het gebruik van sociale bronnen, zoals (oudere) vrienden, ouders, broers/zussen en anderen (vreemden). Deze vragen zijn gesteld aan zowel de jongeren die drinken, maar zeggen niet te kopen, als aan jongeren die drinken en zeggen wel te kopen of proberen dat te doen.

Krijgen zonder hierom te vragen

Van de jongeren die aangeven in het afgelopen jaar wel eens alcohol te hebben gedronken, heeft 46% wel eens alcoholhoudende dranken gekregen van anderen zonder hierom te hebben gevraagd (figuur 3). Van de groep 16/17-jarigen krijgt 5% één of meerdere keren per week alcohol zonder hierom te hebben gevraagd, bij 14/15-jarigen is dit met 2% significant lager. De ongevraagde alcoholhoudende dranken krijgen de jongeren met name van (oudere) vrienden (88%), op enige afstand gevolgd door ouders (19%). Van broers/zussen of anderen krijgen jongeren nauwelijks alcoholhoudende dranken zonder hierom te vragen.



Figuur 3 Krijgen van alcoholhoudende dranken zonder daar zelf om te vragen, in % (n=297 – 869)

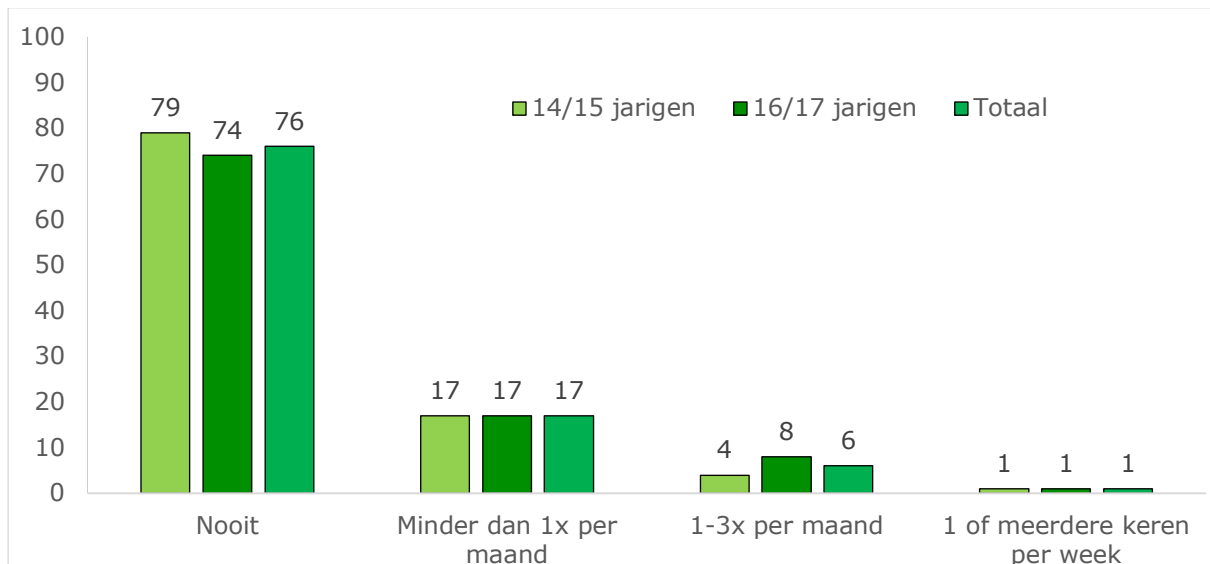


*significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, $p < 0,05$.

Anderen vragen om alcoholhoudende dranken

Van de jongeren die het afgelopen jaar alcohol hebben gedronken, heeft 24% van de jongeren wel eens gevraagd om alcoholhoudende dranken zonder hier zelf voor te betalen (figuur 4). Een beperkt deel (1%) vraagt hier één of meerdere keren per week om. De jongeren vragen voornamelijk vrienden (78%) en ouders (32%) alcoholhoudende dranken voor ze te kopen.

Figuur 4 Anderen vragen om alcoholhoudende dranken zonder daar zelf voor te betalen, in % (n=297 – 869)

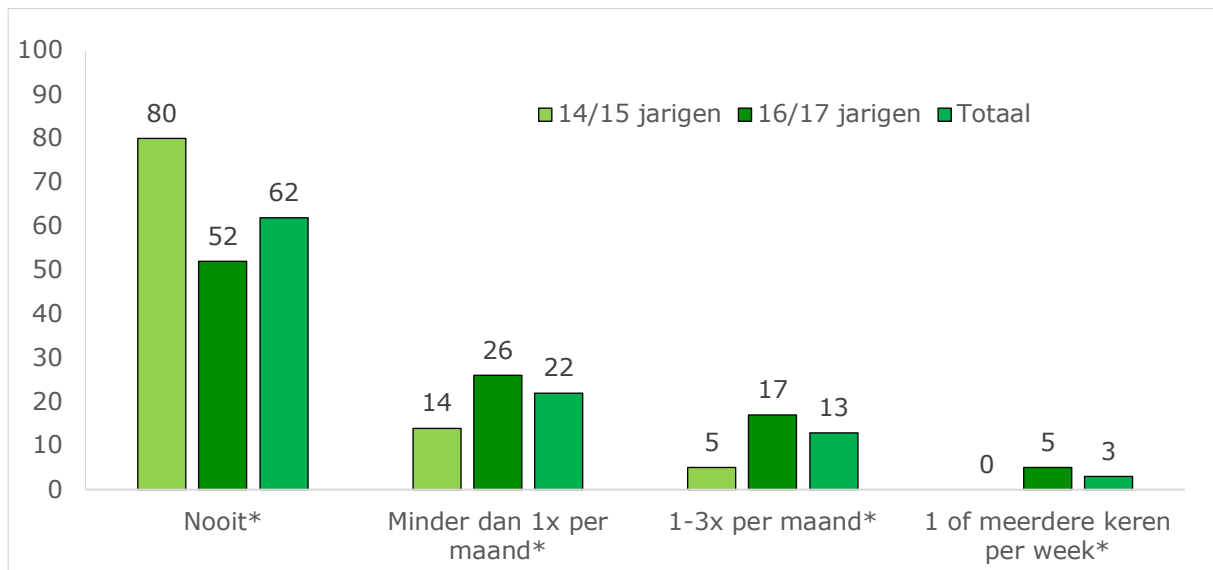


Anderen alcoholhoudende dranken laten kopen

Van de jongeren die het afgelopen jaar alcohol hebben gedronken laat 38% wel eens alcoholhoudende dranken voor zich kopen (figuur 5). De 16/17-jarigen laten dit significant vaker doen dan de 14/15-jarigen. De jongeren laten dat dan met name doen door vrienden (86%) en ouders (20%).



Figuur 5 Anderen alcoholhoudende dranken laten kopen, in % (n=297 – 869)



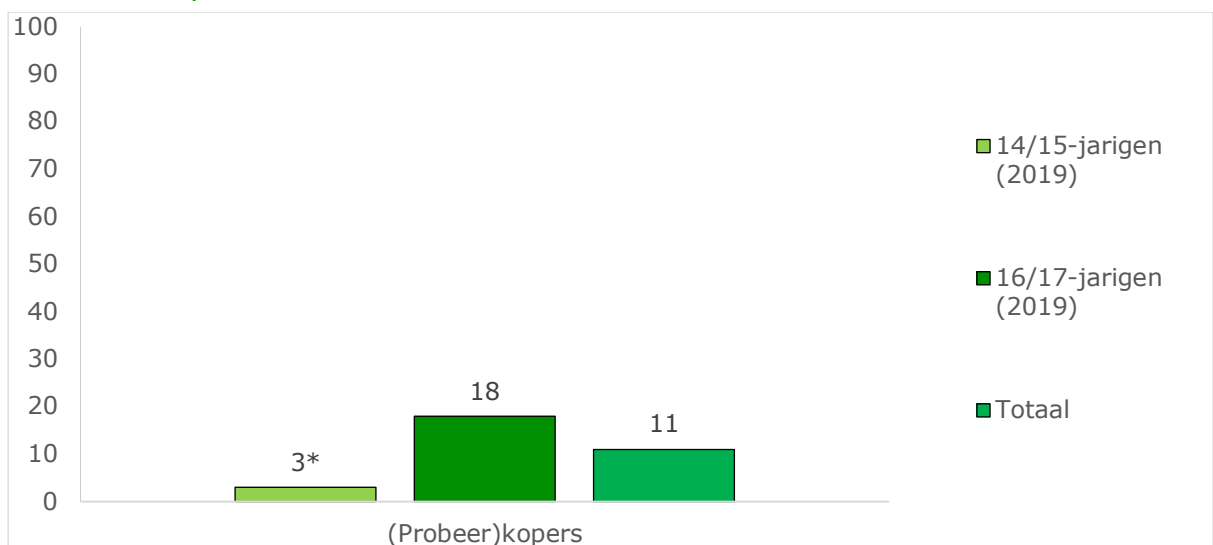
*significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, $p < 0,05$.

Tevens is gevraagd of zij anderen betalen voor het kopen van alcoholhoudende dranken. In 55% van de gevallen betalen zij daar nooit voor, terwijl 15% aangeeft hier altijd voor te betalen.

5. Kopen van alcohol

Van alle ondervraagde 14/15-jarigen koopt 3% wel eens alcoholhoudende dranken voor zichzelf en/of voor anderen of heeft geprobeerd dat te doen in het afgelopen jaar (figuur 6). Bij 16/17-jarigen is dit met 18% significant hoger. De groep (probeer)kopers bestaat in totaal uit 169 jongeren waarvan 24 14/15-jarigen en 145 16/17-jarigen.

Figuur 6 Alcoholhoudende dranken voor zichzelf of anderen (proberen te) kopen, in % (N=738 – 1.524)



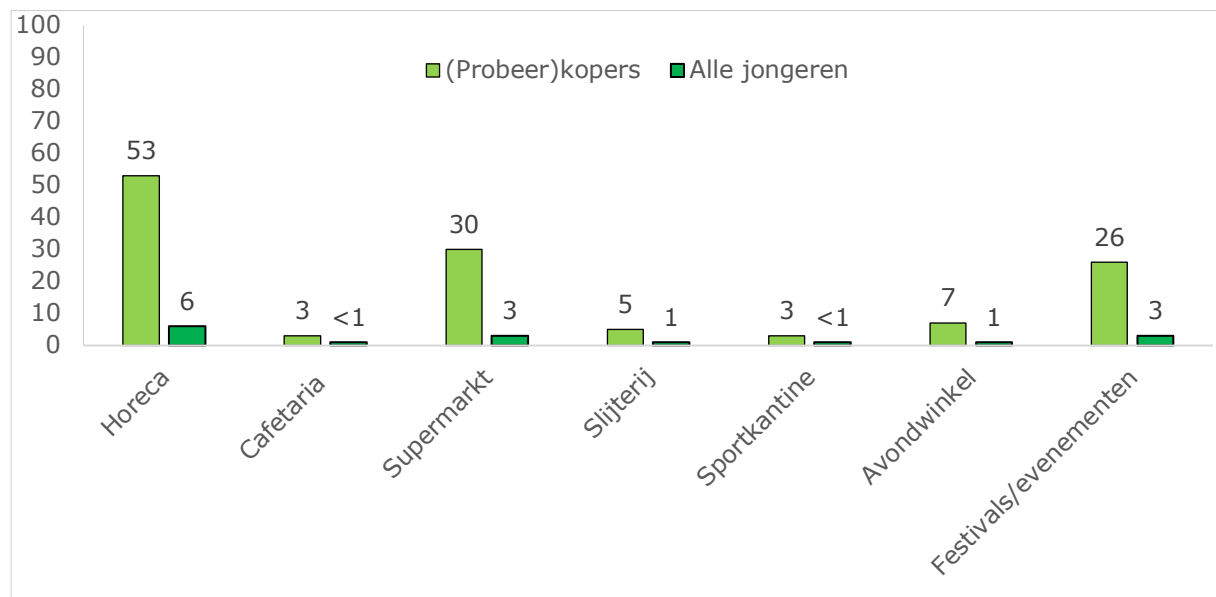
*significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, $p < 0,05$.



Waar kopen jongeren alcoholhoudende dranken

Op de open vraag op welke plekken of bij wat voor soort verkoopkanalen jongeren meestal hun alcoholhoudende dranken kopen of proberen dat te doen, antwoordt 53% van de (probeer)kopers dit voornamelijk te doen bij horecagelegenheden (figuur 7). Uitgaande van alle jongeren ligt dit percentage op 6%. Andere verkoopkanalen die zij benoemen, zijn: supermarkten (30% respectievelijk 3%), festivals/evenementen (26% en 3%), avondwinkels (7% en 1%), slijterijen (5% en 1%), cafetaria's (3% en minder dan 1%) en sportkantines (3% en minder dan 1%).

Figuur 7 Spontaan genoemde soorten verkoopkanalen waar jongeren meestal hun alcoholhoudende dranken kopen of proberen dat te doen, in % (N=169 – 1.524)

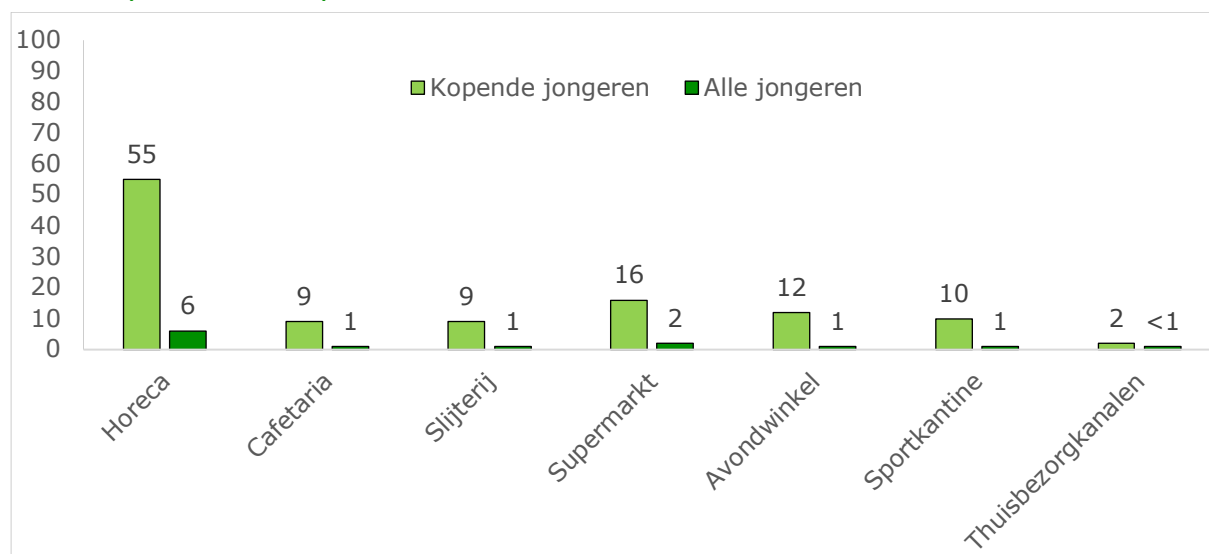


Kopen zwak alcoholhoudende dranken

De jongeren is expliciet gevraagd in hoeverre ze de maand voorafgaand aan het onderzoek bij één van de volgende soorten verkoopkanalen zwak alcoholhoudende dranken hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen: horecagelegenheden, cafetaria's, slijterijen, supermarkten, avondwinkels, sportkantines, thuisbezorgkanalen.

Van de (probeer)kopers geeft 55% aan zwak alcoholhoudende dranken te kopen bij horecagelegenheden, terwijl 16% dit doet bij een supermarkt en 12% bij een avondwinkel (figuur 8). Onder supermarkten verstaan we zowel de ketensupermarkten als de zelfstandige supermarkten. Van de 27 jongeren die wel eens bij een supermarkt kopen, geven 24 aan dit bij een ketensupermarkt te doen en acht bij een zelfstandige supermarkt.

Figuur 8 (Proberen te) kopen van zwak alcoholhoudende dranken naar soort gelegenheid, in % (N=169 – 1.524)

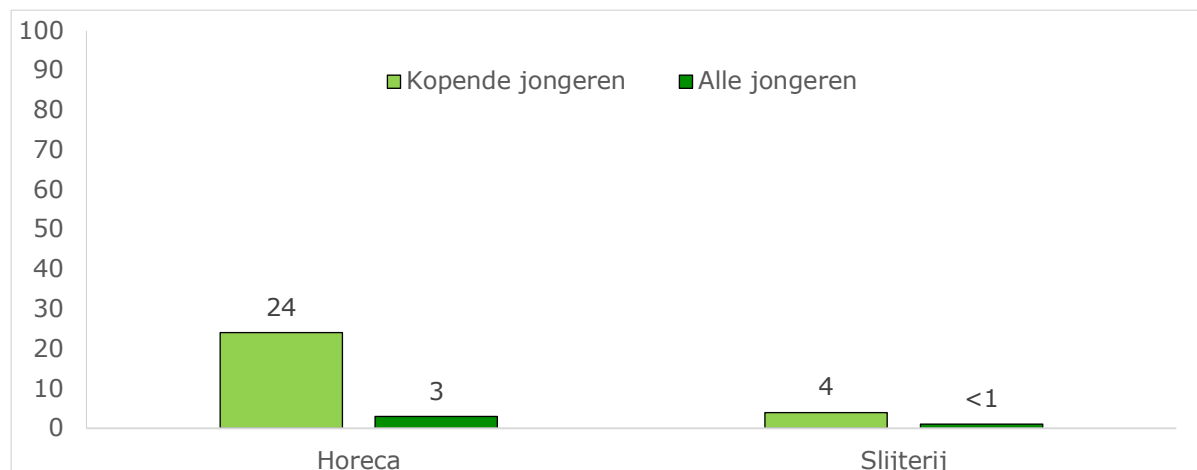


Bij de slijterijen is onderscheid gemaakt naar ketenslijterij, zelfstandige slijterij en borrelshops. Van de 16 jongeren die zwak alcoholhoudende dranken bij een slijterij hebben gekocht, geven negen aan dit te doen bij een ketenslijterij, vijf bij een zelfstandige slijterij en vier bij een borrelshop. De thuisbezorgkanalen zijn onderverdeeld in maaltijdbezorgdiensten, thuisbezorgdiensten en webshops. Van de vier jongeren die wel eens via een thuisbezorgkanaal alcoholhoudende dranken kopen of proberen te kopen, doen drie dit bij maaltijdbezorgdiensten, één bij thuisbezorgdiensten en eveneens één bij webshops.

Kopen sterke drank

Van de (probeer)kopers koopt 24% wel eens sterke drank bij horecagelegenheden en 4% bij een slijterij. Uitgaande van alle jongeren is dit 3% bij de horecagelegenheden en minder dan 1% bij een slijterij. Van de vijf (probeer)kopers die dit in de afgelopen maand wel eens bij een slijterij hebben gedaan, hebben drie dit bij een ketenslijterij gedaan, twee bij een zelfstandige slijterij en één bij een borrelshop.

Figuur 9 (Proberen te) kopen van sterke drank naar soort gelegenheid, in % (N=169 – 1.524)

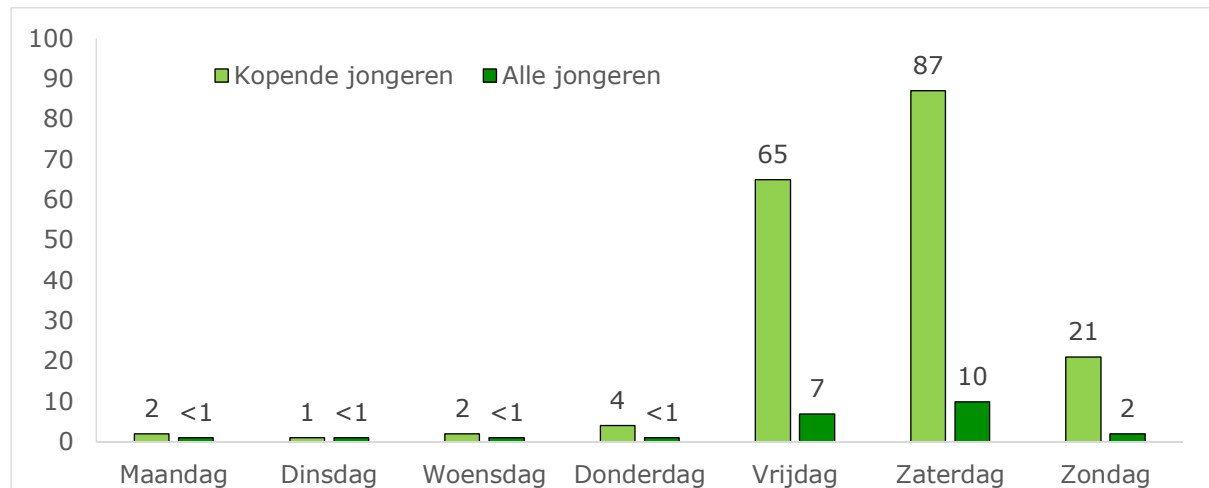




Momenten waarop jongeren alcoholhoudende dranken kopen

De (probeer)kopers is gevraagd op welke dagen zij hun alcoholhoudende dranken kopen. Hieruit komt naar voren dat dit voornamelijk gebeurt in het weekend: zaterdag 87%, vrijdag 65% en zondag 21% (figuur 10). Op de overige dagen doen ze dit nauwelijks (4% of minder).

Figuur 10 Dagen waarop jongeren met name alcoholhoudende dranken kopen*, in % (N= 169 – 1.524)



*Meerdere antwoorden mogelijk

Daarnaast is gevraagd op welke momenten zij hun alcoholhoudende dranken kopen. De (probeer)kopers doen dit voornamelijk tijdens het uitgaan (67%), voor het uitgaan (38%) en tijdens festivals/evenementen (26%).

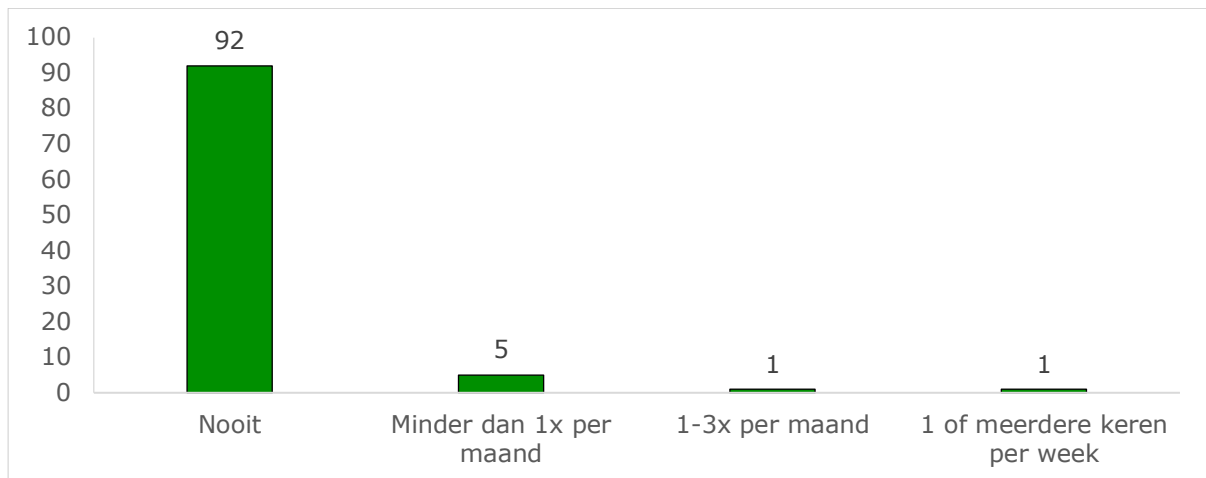
Kooptactieken

Van de (probeer)kopers geeft 13% aan wel eens een tactiek toe te passen om alcoholhoudende dranken te kunnen kopen. Door deze 22 jongeren worden de tactieken kopen met het 18+ bandje van iemand anders en door er ouder uit te zien (beide vijf keer) het meest genoemd.

Op de vraag hoe vaak ze een identiteitsbewijs van iemand anders die ouder is gebruiken geeft 92% van alle (probeer)kopers aan dit nooit te doen (figuur 11). 5% doet dit minder dan 1 keer per maand, 1% 1 tot 3 keer per maand en 1% 1 of meerdere keren per week. Van de 13 jongeren die wel eens een identiteitsbewijs van iemand die ouder is gebruiken geven acht aan dat het altijd lukt om de alcoholhoudende dranken te kopen.

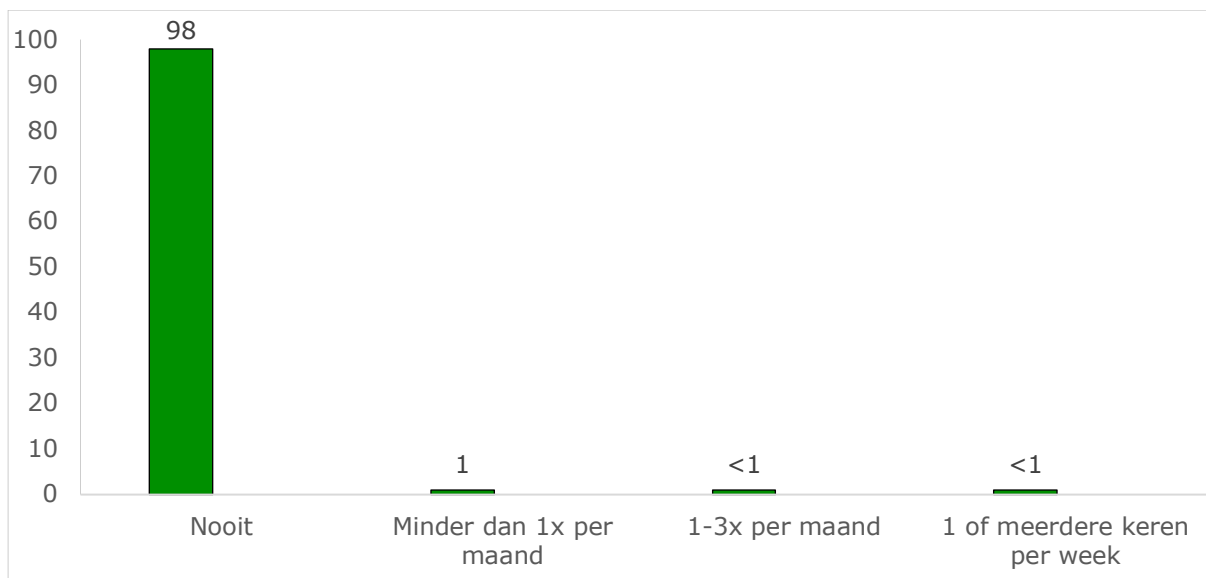


Figuur 11 Frequentie waarmee (probeer)kopers alcoholhoudende dranken proberen te kopen met een identiteitsbewijs van iemand anders die ouder is, in % (n=169)



Van de (probeer)kopers geeft minder dan 3% aan dit wel eens te proberen met een vervalst identiteitsbewijs (figuur 12). Van de vier jongeren die dit wel eens doen, zeggen twee dat het hen op deze manier altijd lukt om de alcoholhoudende dranken mee te krijgen.

Figuur 12 Frequentie waarmee (probeer)kopers alcoholhoudende dranken proberen te kopen met een vervalst identiteitsbewijs, in % (n=169)



6. Interactie verkoper-jongere

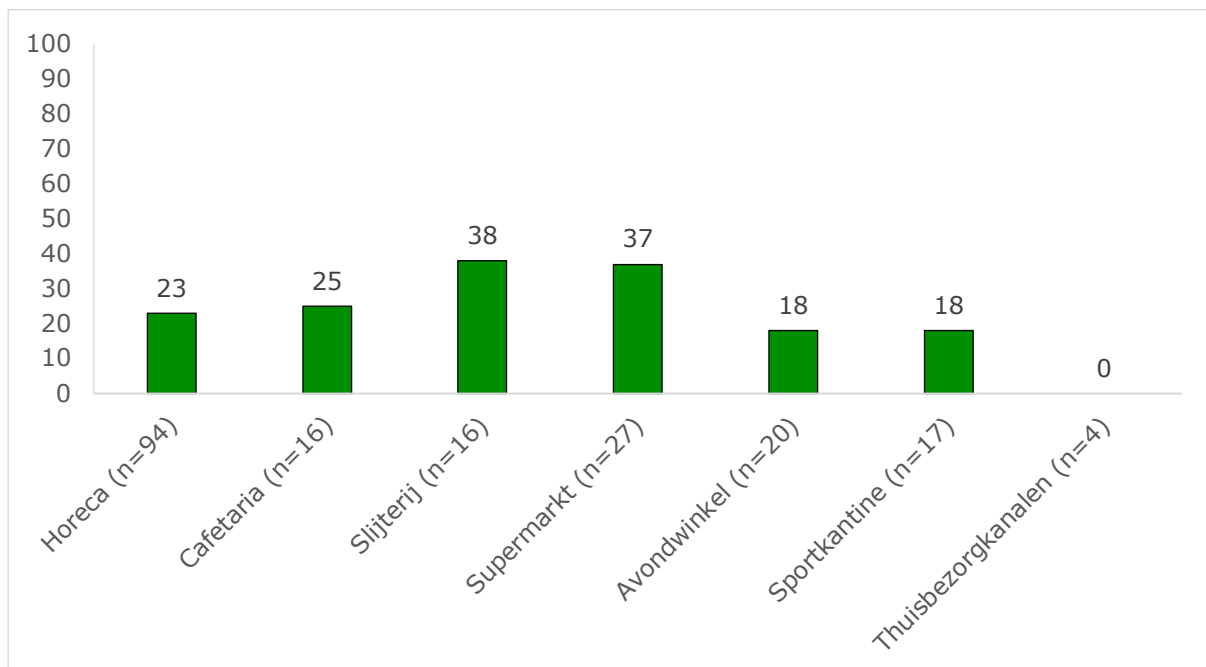
De jongeren die in de afgelopen maand alcoholhoudende dranken hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen is gevraagd of zij de laatste keer dat zij alcoholhoudende dranken hebben gekocht of geprobeerd te kopen naar hun leeftijd en/of identiteitskaart zijn gevraagd.



Van de 16 jongeren die in de afgelopen maand zwak alcoholhoudende drank hebben gekocht of hebben geprobeerd te kopen in een slijterij is 38% gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs (figuur 13). In supermarkten (n=27), cafetaria's (n=16) en horecagelegenheden (n=94) geldt dit voor respectievelijk 37%, 25% en 23%.

Van de jongeren die in de afgelopen maand alcohol hebben gekocht of hebben geprobeerd te kopen in een sportkantine (n=17) of avondwinkel (n=20) is 18% naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs gevraagd. De vier jongeren die in de afgelopen maand zwak alcoholhoudende dranken hebben gekocht of hebben geprobeerd te kopen via thuisbezorgkanalen zijn allen de laatste keer niet naar hun leeftijd en/of identiteitskaart gevraagd.

Figuur 13 Laatste keer gevraagd naar leeftijd en/of identiteitsbewijs bij (proberen te) kopen zwak alcoholhoudende drank naar soort gelegenheid, in % (n= 4 - 94)



Van de 41 jongeren die in de afgelopen maand sterke drank hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen in een horecagelegenheid is 22% de laatste keer gevraagd naar de leeftijd en/of identiteitskaart, terwijl geen van de vijf jongeren die in een slijterij sterke drank hebben gekocht of geprobeerd te kopen de laatste keer naar hun leeftijd en/of identiteitskaart is gevraagd.

Gelukte koopogingen

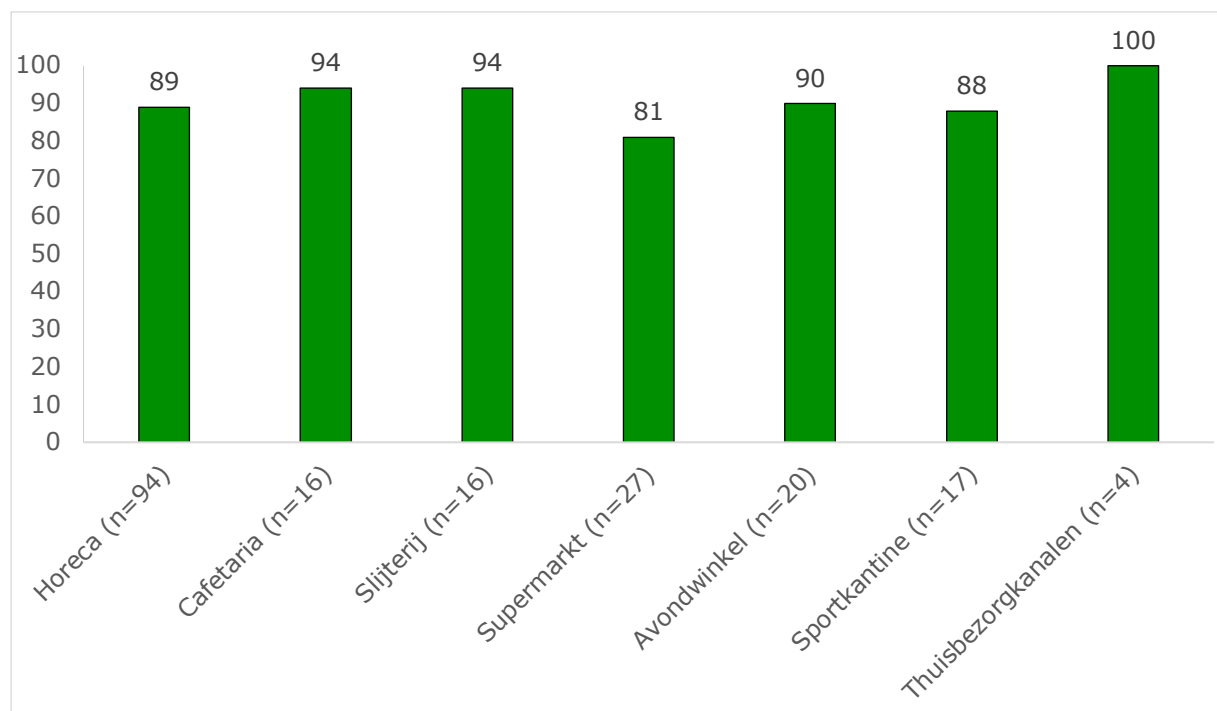
Tot slot is de jongeren gevraagd of het de laatste keer dat zij alcoholhoudende drank probeerden te kopen gelukt is om deze dranken te kopen bij de verschillende soorten verkoopkanalen. Alle vier de jongeren die geprobeerd hebben zwak alcoholhoudende drank te kopen via een thuisbezorgkanaal is dit gelukt (100%) (figuur 14). De vier jongeren die zwak alcoholhoudende drank hebben kunnen kopen via een thuisbezorgkanaal is daarbij niet naar hun leeftijd en/of identiteitskaart gevraagd. De jongeren laten de alcoholhoudende drank voornamelijk thuis (n=4) of bij vrienden (n=2) bezorgen.



Bij slijterijen en cafetaria's is het 94% van de jongeren de laatste keer gelukt om zwak alcoholhoudende drank te kopen. 33% van de jongeren die het de laatste keer is gelukt om bij een slijterij zwak alcoholhoudende dranken te kopen is naar hun leeftijd en/of identiteitskaart gevraagd, terwijl dit voor 20% van de jongeren geldt die bij een cafetaria zwak alcoholhoudende dranken gekocht hebben.

In avondwinkels, horecagelegenheden, sportkantines en supermarkten is het respectievelijk 90%, 89%, 88% en 81% van de jongeren de laatste keer gelukt zwak alcoholhoudende dranken te kopen. Van de jongeren die de laatste keer in een avondwinkel konden kopen werd 6% naar hun leeftijd en/of identiteitskaart gevraagd, terwijl van de jongeren die in een horecagelegenheid, sportkantine of supermarkt konden kopen respectievelijk 18%, 7% en 27% naar hun leeftijd en/of identiteitskaart werd gevraagd.

Figuur 14 De laatste keer gelukt de zwak alcoholhoudende drank te kopen naar soort gelegenheid, in % (n = 4 – 94)



Van de 41 jongeren die in de afgelopen maand sterke drank hebben gekocht of geprobeerd te kopen in de horeca, is dit de laatste keer bij 95% gelukt. Van deze jongeren werd 21% naar hun leeftijd en/of identiteitskaart gevraagd. De vijf jongeren die in de afgelopen maand in een slijterij sterke drank hebben gekocht of geprobeerd hebben te kopen hebben alle vijf de laatste keer de sterke drank kunnen kopen (100%). Geen van deze jongeren werd gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitskaart.



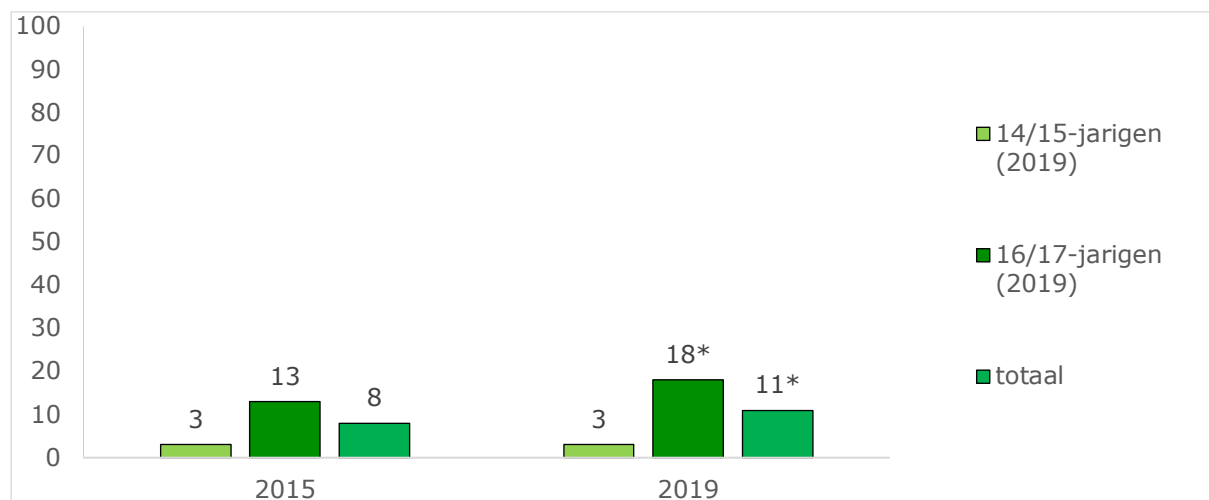
7. Vergelijking 2015

In 2015 heeft Breuer&Intraval in opdracht van het ministerie van VWS het onderzoek kooppogingen alcohol door jongeren uitgevoerd. In deze paragraaf worden de resultaten van de nu uitgevoerde meting (2019) vergeleken met die van 2015.

Zowel in 2015 als in 2019 geeft het merendeel van de jongeren die in het jaar voorafgaand aan het onderzoek alcohol hebben gedronken aan nooit alcoholhoudende dranken voor zichzelf te kopen. In beide jaren krijgen zij de dranken met name van (oudere) vrienden en hun ouders. Het deel van de jongeren dat de alcoholhoudende dranken van hun ouders krijgt is echter wel gedaald van 51% in 2015 naar 32% in 2019.

In 2015 gaf 13% van de 16/17-jarigen aan in het jaar voorafgaande aan het onderzoek wel eens alcoholhoudende dranken te kopen voor zichzelf en/of anderen of geprobeerd hebben dat te doen (figuur 14). In 2019 is dit percentage gestegen naar 18%. Bij de 14/15-jarigen is geen sprake van een stijging tussen 2015 en 2019, hier liggen de percentages beide jaren op 3%.

Figuur 15 Alcoholhoudende dranken voor zichzelf of anderen (proberen te) kopen, in % (N=504 – 1.524)



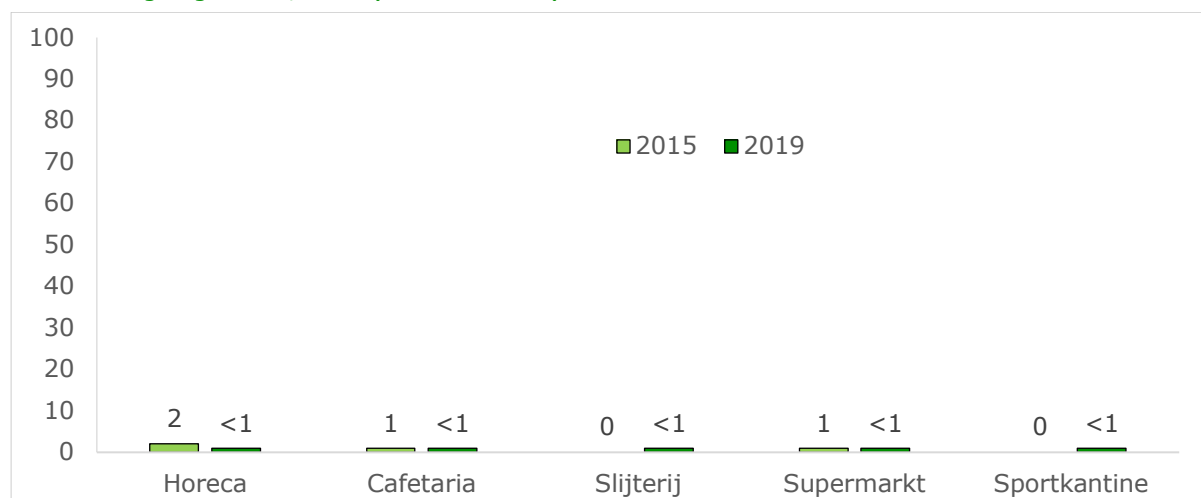
*significant verschil tussen 2015 en 2019, $p < 0,05$.

14/15-jarigen

Bij de afzonderlijke soorten verkoopkanalen hebben zich bij de 14/15-jarigen geen significante veranderingen voorgedaan tussen 2015 en 2019. Zo gaf in 2015 2% van de 14/15-jarigen in de maand voorafgaand aan het onderzoek wel eens zwak alcoholhoudende dranken te hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen in een horecagelegenheid, terwijl dit in 2019 voor minder dan 1% geldt (figuur 16).



Figuur 16 14/15-jarigen die zwak alcoholhoudende dranken (proberen te) kopen naar soort gelegenheid, in % (N= 504 – 738)

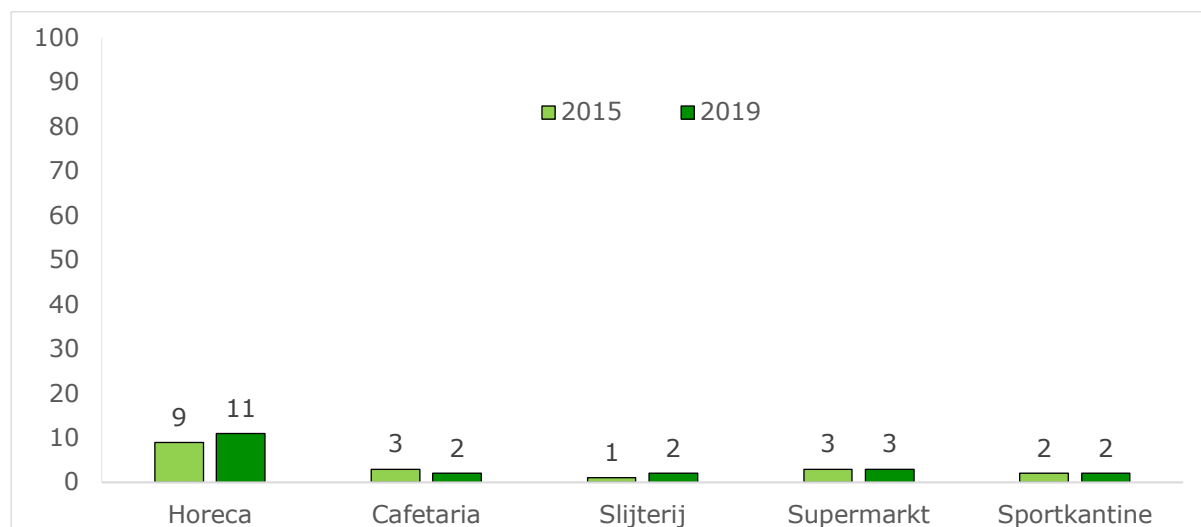


Hetzelfde beeld komt naar voren bij het kopen van sterke drank in een horecagelegenheid en/of een slijterij. In 2015 gaf 1% aan sterke drank te hebben gekocht of geprobeerd te hebben dat te doen in een horecagelegenheid, in 2019 gaat het om minder dan 1%. Bij de slijterijen gaat het in 2015 om geen van de 14/15-jarigen en in 2019 om minder dan 1%.

16/17-jarigen

Ook bij de 16/17-jarigen is bij de afzonderlijke soorten verkoopkanalen geen sprake van significante veranderingen tussen 2015 en 2019. Zo gaf zowel in 2015 als in 2019 2% van de 16/17-jarigen aan in de maand voorafgaand aan het onderzoek wel eens zwak alcoholhoudende dranken te hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen in een sportkantine (figuur 17). Bij horecagelegenheden gaat het om 9% in 2015 en 11% in 2019, terwijl het bij de supermarkten in beide jaren 3% betreft.

Figuur 17 16/17-jarigen die zwak alcoholhoudende dranken (proberen te) kopen naar soort gelegenheid, in % (N= 510 – 786)





Voor het kopen of proberen te kopen van sterke drank geldt eveneens dat er geen significante veranderingen tussen 2015 en 2019 hebben plaatsgevonden. Zowel in 2015 als in 2019 geeft 5% van de 16/17-jarigen aan in de maand voorafgaand aan het onderzoek sterke drank te hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen in een horecagelegenheid. Voor slijterijen ligt dit percentage beide jaren op 1%.

