

Activiteiten STAP in 2024



I. Inleiding

Het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP is een klein onafhankelijk kennisinstituut met 5 medewerkers (<https://www.stap.nl/nl/organisatie/bestuur-medewerkers-en-vrijwilligers.html>). Het werk van STAP omvat primair het beïnvloeden van het nationale alcoholbeleid. Dat was in 2024 extra relevant vanwege het aantreden van het nieuwe kabinet.

Een tweede functie van STAP is het informeren van de media en van professionals over de belangrijkste ontwikkelingen wat betreft o.a. nieuw onderzoek, het alcoholbeleid op landelijk en lokaal niveau en het beleid in Europa. Eén van de hot topics betrof in 2024 de informatie over alcoholgebruik en kanker.

In de derde plaats was STAP ook in 2024 actief betrokken bij enkele concrete projecten zoals het Europese project EUCAM (European Centre for Monitoring Alcohol Marketing) en het project 'Zien drinken, doet drinken' van AAN (Alliantie Alcoholbeleid Nederland).

II. STAP en de politiek

De belangrijkste punten die STAP in 2024 naar voren heeft gebracht om het nieuwe kabinet te motiveren voor het uitvoeren van een daadkrachtig alcoholbeleid zijn de volgende:

*STAP heeft fysiek en online overleg gevoerd met beleidsmedewerkers van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS). Bij dit overleg waren ook de belangrijkste partners van STAP betrokken zoals het Trimbos-Instituut, Verslavingskunde Nederland en de Samenwerkende Gezondheidsfondsen. Het is nog de vraag hoe de overleggen met VWS in 2025 zullen worden voortgezet. Als VWS de alcoholindustrie daarbij gaat betrekken zal STAP zich daaruit terugtrekken.

* STAP heeft op uitnodiging van een van de Kamerleden van de coalitiepartijen in het gebouw van de Tweede Kamer in Den Haag haar beleidsvisie kunnen toelichten.

*STAP heeft staatssecretaris Vincent Karremans van Jeugd, Preventie en Sport – opnieuw samen met haar belangrijkste partners - een uitvoerige brief geschreven over hoe de alcoholproblematiek in Nederland effectief kan worden aangepakt. In deze brief zijn een vijftal concrete suggesties gedaan voor effectief alcoholbeleid. Deze suggesties zijn gebaseerd op de resultaten van wetenschappelijk onderzoek.

*STAP heeft via de nieuwsbrief 'Zorg en Innovatie' premier Dick Schoof en staatssecretaris Karremans (foto) drie boodschappen meegegeven bij het formuleren van het alcoholbeleid. De eerste is: er is draagvlak voor effectief alcoholbeleid. De tweede boodschap is: in andere

Europese landen is het alcoholbeleid positief in beweging, zoals in Ierland waar een gezondheidswaarschuwing op het alcoholetiket vanaf 2026 verplicht is, in Schotland waar de ingevoerde minimumprijs voor alcohol effectief blijkt en in Litouwen waar het verbod op alcoholreclame bijdraagt aan afname van de alcoholconsumptie. De derde boodschap aan Schoof en Karremans luidt: ga voor gezondheid van de burger en voor kostenbesparing en laat je niet primair leiden door commerciële belangen.

<https://nieuwsbriefzorgeninnovatie.nl/kabinet-schoof-scherp-nederlandse-alcoholbeleid-aan-dat-bespaart-overheidsgeld/>.

* Voor de nieuwsbrief 'Zorg en Innovatie' heeft STAP ook een artikel geschreven over het mislukken van de Alcoholtafel in het kader van het Nationaal Preventieakkoord. Het is getiteld: 'Het spel dat de alcoholindustrie speelde met het nationaal preventieakkoord' <https://nieuwsbriefzorgeninnovatie.nl/het-spel-dat-de-alcoholindustrie-speelde-met-het-nationaal-preventieakkoord/>. Dit artikel is gedeeld met de Europese collega's van STAP door het Engelse Instituut voor Alcohol Studies (<https://www.ias.org.uk/2024/03/12/the-game-the-alcohol-industry-played-with-the-dutch-national-prevention-agreement/>) en is geplaatst op de Europese website van EUCAM.

*Tijdens een Europese alcoholconferentie in Ljubljana, Slovenië, heeft STAP op 26 juni 2024 voor haar Europese collega's een presentatie verzorgd over de moeizame ontwikkelingen van het alcoholbeleid in Nederland. Eenzelfde presentatie is op 9 september 2024 online gehouden voor Zwitserse collega's.

*In de contacten met de media heeft STAP steeds gewezen op de noodzaak van een nationaal alcoholbeleid dat gebaseerd is op de zogenaamde Three Best Buys van de WHO (Wereldgezondheidsorganisatie): verhogen van de prijs, beperken van de beschikbaarheid van alcohol en een verbod op alcoholmarketing. Het zijn geen gemakkelijke maatregelen, maar door daarnaast te wijzen op de omvangrijke schade die alcoholgebruik aan onze samenleving veroorzaakt wordt het draagvlak voor het nemen van deze maatregelen vergroot.

III. Commentaar van STAP op voorstellen tot wijziging van de Alcoholwet

*STAP heeft via een internetconsultatie gereageerd op een ontwerpvoorstel voor wijziging van de Alcoholwet. De essentie is dat STAP het ongewenst vindt dat kleine kansspelen in horecalokaliteiten kunnen worden georganiseerd. Uit onderzoek is bekend dat de combinatie alcohol en kansspelen riskant is voor mensen met gok- en met alcoholproblematiek. Ook heeft STAP aangegeven het positief te vinden dat wordt voorgesteld bij online verstrekking van alcohol de leeftijdscontrole strenger te maken.

*STAP heeft, ook via een internetconsultatie, ervoor gepleit alcoholvrije- en alcoholarme bieren, die relatief veel suiker bevatten, ook onder de nieuwe suikertaks te laten vallen. De bierbrouwers proberen juist deze bieren uit te zonderen. Een besluit hierover is nog niet gevallen. De argumentatie van STAP is, dat een uitzondering voor alcoholvrije- en alcoholarme bieren voor de suikertaks deze bieren extra goedkoop maakt. Deze bieren hebben echter vaak dezelfde merknamen als alcoholhoudend bier, waardoor impliciet reclame voor deze merken wordt vergemakkelijkt.

*STAP heeft bij diverse instanties aandacht gevraagd voor een misslag in de Verzamelwet VWS waarin enkele wijzigingen van de Alcoholwet waren opgenomen. Onze kritiek heeft ertoe geleid, dat tijdens de plenaire behandeling van het wetsvoorstel een amendement is ingediend dat het toestaan van tabaksverkoop in de horeca schrapt. Tevens voegt het een nieuw derde lid van artikel 41 Alcoholwet toe, dat aangeeft dat de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit de enige instantie is die toezicht mag houden op het verbod op tabaksverkoop in de horeca.

*STAP adviseert als lid van de examencommissie van de opleiding tot BOA (Buitengewoon Opsporingsambtenaar) de ExTH (Exameninstelling Toezicht en Handhaving). Het betreft in dit kader de handhaving van de Alcoholwet.

IV. Informatie over alcohol en alcoholbeleid

*Op de website <https://www.stap.nl> wordt bijna dagelijks actuele informatie toegevoegd over alcohol en gezondheid, de aard en omvang van alcoholgebruik en over het lokale, landelijke en Europese alcoholbeleid. Een selectie van deze informatie wordt op de Engelstalige pagina's vermeld. De website van STAP bevat ook informatie over specifieke thema's zoals lokaal beleid, nationaal beleid, Europees beleid, alcoholmarketing, blurring, alcohol en zwangerschap, alcohol en jongeren, alcohol en kanker, alcohol en hersenen, alcohol en lever en feiten en cijfers.

*De meest relevante informatie van de website wordt elke maand opgenomen in de online nieuwsbrief Alcohol Actueel. Deze nieuwsbrief telt nu 871 abonnees.

*Voor mensen die op zoek zijn naar aansprekende cijfers over alcoholverkoop, alcoholgebruik, alcohol schade en alcoholbeleid in Nederland, heeft STAP in 2024 een nieuwe editie van 'Feiten en cijfers over alcohol' samengesteld op basis van talloze nationale en internationale bronnen. Het 4-pagina's tellende online document geeft een overzicht van een 30-tal kerncijfers. De uitgave is gedeeld met een aantal leden van de nieuwe Tweede Kamer en met de collega-organisaties.

<https://www.stap.nl/nl/publicaties/factsheets.html/3522/9980/feiten-en-cijfers-over-alcohol---editie-2024#p3522>

FEITEN EN CIJFERS OVER ALCOHOL www.stap.nl

Hoeveel alcohol wordt er gekocht en waar?

- 1 miljard liter** Nederlanders kochten in 2023 gemiddeld 1 miljard liter alcoholhoudend bier, dat zijn 6 miljard glazen. Bron: Nederlandse Bruggers
- 340 miljoen liter** Wijn Nederlanders kochten in 2023 gemiddeld 340 miljoen liter wijn, dat zijn 3,4 miljard glazen. Bron: CIV
- 65 miljoen liter** Geestrijke drank Nederlanders kochten in 2023 gemiddeld 65 miljoen liter geestrijke drank, dat zijn 1,3 miljard glazen. Bron: CBS
- 5,6 liter** Pure alcohol De hoeveelheid pure alcohol die per huishouden per jaar wordt verkocht was in 2023 5,6 liter. Bron: STAP
- 70.000** Aantal verkooppunten Er zijn in Nederland meer dan 70.000 verkooppunten waar liquid alcohol wordt verkocht of geleverd. Bron: CBS

Consumptie van alcohol per Nederlander, 1960-2023

Wat zeggen we zelf* dat we drinken?

- 8 miljoen** Aantal volwassenen dat zegt meer te drinken dan de Gezondheidsraad adviseert. Bron: CBS
- 11 miljoen** Aantal volwassenen dat zegt alcohol te drinken. Bron: CBS
- 1,5 miljoen** Aantal volwassenen dat zegt overmatig en/of zwaar te drinken. Bron: CBS
- 12,9 jaar** Levensjaar waarop gemiddelde Nederlanders van 12-16 jaar die alcohol gebruiken. Bron: CBS
- 65,1%** Gereguleerde drankhoudende dranken worden gebruikt. Bron: CBS

Welke lichamelijke gevolgen veroorzaakt ons alcoholgebruik?

- 1,5 miljoen** Aantal volwassenen met een alcoholprobleem. Bron: CBS
- 700.000** Aantal volwassenen met een alcoholprobleem die hulp zoeken. Bron: CBS
- 29.000** Aantal behandelingen op spoedeisende hulp in 2023 op 12-16-jarigen op verzoek van ouders. Bron: CBS
- 5.915** Aantal alcoholdelicten in 2023. Bron: CBS
- 4.200** Aantal nieuwe gevallen van kanker als gevolg van alcoholgebruik in 2023. Bron: CBS

Wat zijn onze opvattingen over alcoholgebruik en alcoholwetgeving?

- 70%** Percentage leerlingen met ouders die denken niet te moeten. Bron: CBS
- 65%** Percentage volwassenen dat alcohol drinken. Bron: CBS
- 63%** Percentage volwassenen dat tegen sluiting is. Bron: CBS
- 74%** Percentage volwassenen die tegen sluiting is. Bron: CBS
- 65%** Percentage volwassenen die reclameverbod wil. Bron: CBS

Welke maatschappelijke schade veroorzaakt ons alcoholgebruik?

- 42.210** Rijden onder invloed in 2023. Bron: CBS
- 5,8-7,4 miljard** Jaarlijks kosten alcoholgebruik. Bron: CBS
- 11.798** Openbare veiligheidsoverlast in 2023. Bron: CBS
- 44.000** Jongeren met schade door geweld. Bron: CBS
- 25-43%** Alcoholgebruik als gevolg van geweld. Bron: CBS

Hoe is onze alcoholbeleid in vergelijking met andere EU-landen?

- 5** EU-landen met het laagste alcoholgebruik. Bron: CBS
- 7-8-9** EU-landen met het hoogste alcoholgebruik. Bron: CBS
- 7** EU-landen met de grootste groei in alcoholgebruik. Bron: CBS
- 26** EU-landen hebben de grootste groei in alcoholgebruik. Bron: CBS
- 4** EU-landen hebben de grootste groei in alcoholgebruik. Bron: CBS

- *De STAP-brochure over alcohol en zwangerschap is in 2024 geactualiseerd en er is een nieuwe online-versie van gemaakt. De brochure wordt regelmatig besteld door verloskundigen. Zij krijgen nu op verzoek de online-versie aangeboden.
- *STAP begeleidt regelmatig Nederlandse en buitenlandse HBO- en Universitaire studenten die een onderzoek uitvoeren of een werkstuk schrijven over het thema alcohol.
- *STAP stond in 2024 frequent journalisten en programmamakers van regionale en landelijke media te woord. Er hebben diverse interviews met STAP voor radio en tv plaatsgevonden.

V. Coördinatie van projecten

*In 2024 heeft STAP bij de uitvoering van twee projecten een coördinerende rol gespeeld. Op verzoek van de Alliantie Alcoholbeleid Nederland (AAN) heeft STAP leiding gegeven aan het campagne team van 'Zien drinken, doet drinken'. De campagne is gericht op jonge ouders met de op wetenschappelijk onderzoek gebaseerde boodschap: 'Drink geen alcohol in het bijzijn van kinderen'. De campagne omvat video's, posters en andere materialen waarmee getracht wordt zoveel mogelijk ouders te bereiken. Dat gebeurt o.a. via sociale media (Instagram en Facebook) en op een meer directe wijze door de deelname van gemeenten, GGD's en instellingen voor verslavingszorg. De informatie over de campagne is te vinden op de website <https://ziendrinkendoetdrinken.nl/>. In 2024 is de campagne voor de vijfde keer uitgevoerd.

*Het tweede project dat STAP coördineert is EUCAM (European Centre for Monitoring Alcohol Marketing). De rol van STAP hierbij betreft o.a. het informeren van een breed internationaal netwerk van professionals over nieuwe wetenschappelijke studies over alcoholmarketing. Via de website <https://www.eucam.info> een maandelijkse nieuwsbrief worden actuele feiten en nieuwe studies over alcoholmarketing gecommuniceerd. Op de website staan ook de nationale wettelijke regels in Europa over alcoholreclame vermeldt. EUCAM heeft de afgelopen jaren diverse Europese conferenties over alcoholmarketing georganiseerd. EUCAM is een project van STAP en van de Zweedse alcoholmatigingsorganisatie IOGT-NTO.

VI. Uitvoeren van onderzoek

In opdracht van STAP zijn twee nieuwe studies uitgevoerd:

*De eerste studie betreft een door onderzoeksbureau Objectief en STAP uitgevoerde pilot-studie over alcoholreclame op straat. De vraag van de studie was in welke mate en in welke vorm worden jongeren van 16-17 jaar geconfronteerd met reclame in de openbare ruimte. Het resultaat van de studie ondersteunt de wens van STAP dat gemeenten afzien van publieke alcoholreclame op de door hen gefinancierde reclameborden.

<https://www.stap.nl/nl/nieuws/persberichten.html/3490/9839/jongeren-zien-veel-alcoholreclame-op-straat#p3490>

*De tweede studie betreft de invloed van alcoholreclame op mensen die in herstel zijn van alcoholverslaving. De studie is uitgevoerd door een student van de Universiteit van Amsterdam die door STAP en EUCAM werd begeleid. Eén van de conclusies is dat alcoholreclame en ook de beschikbaarheid en zichtbaarheid van alcohol in de supermarkt het herstel van mensen met een alcoholprobleem ernstig kan belemmeren. Deze studie zal begin 2025 worden gepubliceerd.

*STAP heeft tevens meegewerkt aan een internationaal onderzoek naar de bemoeizucht van de alcoholindustrie met het nationale alcoholbeleid in 24 landen. Het onderzoek is uitgevoerd door Prof. Sally Casswell uit Nieuw-Zeeland. De belangrijkste conclusie is dat de alcoholindustrie veel van dezelfde strategieën hanteert als de tabaksindustrie om het overheidsbeleid te beïnvloeden. Helaas ontbreekt het wat het alcoholbeleid betreft aan internationale afspraken om deze inmenging van de alcoholindustrie te voorkomen, zoals dat bij de tabaksindustrie wel het geval is. Zie <https://gh.bmj.com/content/9/11/e016093>

VII. Lobby van STAP voor betere voorlichting over gezondheidsrisico's alcohol

*In 2024 heeft de WHO de Europese campagne 'Redefine Alcohol' gelanceerd met als doel de kennis over de gezondheidsrisico's van alcoholgebruik te vergroten. Veel consumenten zijn bijvoorbeeld onbekend met de belangrijkste gezondheidsrisico's van alcoholgebruik zoals het feit dat het in direct verband kan worden gebracht met 7 soorten kanker.

STAP heeft, op verzoek van de WHO, deze boodschap in Nederland in 2024 actief helpen uitdragen, onder meer middels een persbericht en posts op social media.

*In Europees verband ondersteunt STAP als lid van de van Europese Alcoholbeleid Alliantie (Eurocare) het pleidooi dat gezondheidswaarschuwingen op de etiketten van alle alcoholhoudende dranken wettelijk verplicht worden. Zoals bekend is Ierland het eerste land dat hiertoe heeft besloten. Vanaf 2026 staan er in Ierland gezondheidswaarschuwingen op het alcohol etiket.



VIII. Klachten over alcoholreclame

In 2024 heeft STAP twee klachten ingediend bij de Reclame Code Commissie (RCC).

*De eerste klacht betreft het wijnmerk 'All Day Long'. STAP maakte bezwaar tegen deze aanprijzing, omdat hiermee het drinken van alcohol gedurende de hele dag wordt gepromoot. Dat is onverantwoorde consumptie, waardoor de aanprijzing een aantoonbare overtreding is van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken. Het verweer van wijnproducent Neleman was curieus. 'All day long' is – aldus Neleman – "een verwijzing naar de druiven die de hele dag in de zon hangen, net als hagedissen die de hele dag lekker in de zon liggen in de wijngaarden." Ook verwijst de merknaam naar "de lange afdronk van de wijn", wat een gebruikelijke aanbeveling is bij wijnen. Dit argument bleek doorslaggevend voor de RCC.

*De tweede klacht werd toegekend en was gericht tegen de producent van de hard seltzer Stëlz. In een advertentie in de Volkskrant werd namelijk beweerd dat het drinken van dit product past bij een gezonde leefstijl. Deze bewering is in strijd met de bestaande reclamecode.

*In 2024 heeft STAP bij het Commissariaat voor de Media melding gedaan van een overtreding van het alcoholtijdslot van de Mediawet. Daarover is nog geen besluit genomen.

Utrecht, 24 januari 2025