

KEY MESSAGES ALCOHOLSECTOR

- **De Nederlandse aanpak van het alcoholbeleid is succesvol**

De Nederlandse aanpak van alcoholbeleid is succesvol. De sociale norm bij het drinken van een biertje, wijntje of borreltje is: geniet, maar met mate. Dat dit de norm is, blijkt duidelijk uit de cijfers. 92% van de Nederlanders geniet inderdaad op een verantwoorde manier en doet dat steeds bewuster. De 'overall' alcoholinname ligt onder het Europese gemiddelde en daalt nog steeds; sinds 2000 met 17%. Jongeren beginnen later met drinken en drinken minder. Overheid, sector en andere betrokkenen zetten zich samen in voor deze aantoonbare resultaten.

Het algemene beeld is dus goed en wordt met het huidige beleid steeds beter. Echter, excessen zijn er helaas nog steeds. En lijken onder een weliswaar steeds kleinere groep zelfs toe te nemen in intensiteit. Zo wordt een toename gemeld van het aantal jongeren dat op een alcoholpoli is opgenomen. Het totaal aantal staat inmiddels op ruim 900 gevallen per jaar. Dit is een grote zorg voor alle partijen. Iedereen heeft er belang bij dat dit soort specifieke problemen wordt tegengegaan. Ook al is zo'n aantal op de gehele bevolking zeer klein: elk geval is er een teveel.

Deze specifieke groep bereik je niet met algemene maatregelen zoals belastingverhogingen, reclameverboden en verkoopbeperkingen. Die treffen vooral de overgrote meerderheid die toch al op verantwoorde wijze geniet. Onderscheidende probleemgroepen, hoe klein en lastig ook, vragen om gerichte aandacht. De alcoholsector wil hierin samen met andere partijen haar verantwoordelijkheid blijven nemen.

Kernboodschappen

1. Verantwoorde alcoholconsumptie in Nederland is de (sociale) norm en de trend is onverminderd positief.

- De overgrote meerderheid van de Nederlanders, namelijk 92%, geniet op een verantwoorde wijze van een glas bier, wijn of gedistilleerd.
- De gemiddelde alcoholinname ligt substantieel onder het Europese gemiddelde en is sinds 2000 met zo'n 17% gedaald. Ter vergelijking, in landen als Noorwegen en Zweden is de consumptie gestegen met respectievelijk 7% en 16%.
- Jongeren beginnen later met drinken en drinken minder.
- De Nederlandse alcoholsector heeft zich hiervoor jarenlang ingespannen met gezamenlijke campagnes, zoals *BOB* en *Geniet, maar drink met mate*. De sector blijft dit doen, zodat de positieve trends zich voortzetten.

2. Beleid moet zijn gericht op specifieke groepen en excessen van overmatig alcoholgebruik. Algemene maatregelen lossen deze problemen niet op.

- Het aantal jongeren dat op een alcoholpoli terecht komt, is in de afgelopen jaren helaas toegenomen en bedraagt ruim 900 gevallen per jaar. Uit onderzoek blijkt dat jongeren thuis of bij vrienden drinken en dat drank vaak via ouders of oudere vrienden wordt verkregen.
- Het vraagt om een specifieke aanpak deze groep te bereiken. Algemene maatregelen helpen niet en treffen vooral de overgrote meerderheid die al verantwoord alcohol gebruikt.
- Extra maatregelen om het 'overall' alcoholgebruik terug te dringen, zijn dan ook niet nodig; we moeten juist inzetten op het terugdringen van excessief drinkgedrag.
- Het zogeheten bingedrinken is in Nederland met een percentage van 5,9 substantieel lager dan in landen met hoge prijzen, stringente verkoop en reclamebeperkingen (Noorwegen 11,9%, Zweden 23,8%, Finland 36,5%).

3. **Beleid voor verantwoord alcoholgebruik moet zijn gebaseerd op feiten en juiste aannames. In het belang van de maatschappij, de algehele gezondheid en de alcoholsector als economische pijler.**

- Het eerder gedane advies van de Nederlandse Gezondheidsraad om helemaal geen alcohol te nuttigen, is de strengste ter wereld. Internationaal lijkt bij vergelijkbare adviesinstanties consensus te bestaan over een norm van twee glazen alcohol per dag voor mannen en een voor vrouwen. Het advies van de Nederlandse Gezondheidsraad lijkt hiermee niet op wetenschappelijke gronden gebaseerd, maar op politieke.
- De conclusies in het onlangs verschenen rapport van het RIVM waarin een maatschappelijke kosten- en batenanalyse is gedaan van alcoholgebruik in Nederland, kunnen tevens worden weersproken.
 - Het RIVM geeft zelf aan over weinig ervaring te beschikken en dat met rapport en conclusies voorzichtig moet worden omgegaan.
 - Het RIVM concludeert zelf dat de effecten van het beperken van verkoop en marketing gering zijn. Daarbij heeft het onderzoeksinstituut niet gekeken naar de grenseffecten en het ontwijkgedrag van consumenten bij het verhogen van de prijs van alcohol. Uitkomsten van eerder onderzoek hebben impactvolle negatieve grenseffecten bij prijsverhogingen laten zien.
 - Economen van de Erasmus Universiteit bevestigen dat het RIVM rapport onjuistheden bevat en de gebruikte methodologie niet juist is toegepast. In tegenstelling tot het RIVM concluderen zij dat er bij juiste toepassing van de berekeningsmethode eerder een positieve bijdrage is van de alcoholsector aan de Nederlandse economie, namelijk € 1,7 miljard aan welvaartswinst in plaats van € 2,6 miljard verlies; een verschil van € 4,3 miljard.

Tot slot

De samenleving verandert. Gezondheid speelt een steeds grotere rol bij consumenten. Dat zien we terug in alle trends. Het is belangrijk om bij deze trends aan te haken en als bedrijfsleven, overheid en niet-gouvernementele organisaties in onderlinge samenwerking te blijven investeren in een verantwoord alcoholgebruik. Zoals we dat met succes al jaren hebben gedaan. En willen blijven doen. Vanuit het vertrouwen dat een bewuste en goed geïnformeerde consument in staat is om zelf verantwoorde keuzes te maken.