



Gemeente Amsterdam

Dienst Onderzoek en Statistiek

## Drinken op Koninginnedag 2011

Projectnummer 11156

In opdracht van Bestuursdienst Amsterdam

drs. Lieselotte Bicknese

dr. Esther Jakobs

Oudezijds Voorburgwal 300

1012 GL Amsterdam

Telefoon 020 251 0424

[l.bicknese@os.amsterdam.nl](mailto:l.bicknese@os.amsterdam.nl)

Postbus 658

1000 AR Amsterdam

Fax 020 251 0444

[www.os.amsterdam.nl](http://www.os.amsterdam.nl)

Amsterdam, juli 2011



# Inhoud

<b>Samenvatting</b>	<b>5</b>
<b>Inleiding</b>	<b>9</b>
Onderzoeksvraag	9
Werkwijze	9
Leeswijzer	9
<b>1 Bezoekers Koninginnedag 2011</b>	<b>11</b>
1.1 Ruim helft mensen op straat van buiten Amsterdam	11
1.2 Veel groepen jongeren	11
<b>2 Drankgebruik tijdens Koninginnedag</b>	<b>13</b>
2.1 Vier van de tien bezoekers verwachten veel te drinken	13
2.2 Kwart van bezoekers loopt met een biertje	14
<b>3 Zelf drank meenemen</b>	<b>17</b>
3.1 Een derde neemt zelf alcohol mee	17
3.2 Meegenomen drank zeven van tien keer voor 30 april gekocht	18
<b>4 Drank kopen tijdens Koninginnedag</b>	<b>19</b>
4.1 39% gekocht bij horeca en 32% bij Amsterdamse detailhandel	19
4.2 Drie van tien die zelf drinken meenemen kopen geen alcohol op Koninginnedag	19
<b>5 Bekendheid spelregels</b>	<b>21</b>
5.1 Meerderheid niet bekend met spelregels	21
<b>6 Detailhandel over Koninginnedag</b>	<b>22</b>
<b>7 Horeca over Koninginnedag</b>	<b>26</b>



## Samenvatting

Om in kaart te brengen waar bezoekers van Koninginnedag alcohol kopen heeft O+S in opdracht van Bestuursdienst Amsterdam 814 bezoekers van Koninginnedag 2011 op straat gevraagd naar hun drankgebruik. Daarnaast hebben gesprekken plaatsgevonden met vertegenwoordigers van Horeca Nederland, Albert Heijn en CBL over de gang van zaken rond de verkoop van alcohol op en rond Koninginnedag.

### Drankgebruik

Ruim de helft van de mensen op straat drinkt geen of een gematigde hoeveelheid alcohol tijdens Koninginnedag. Ruim 40% drinkt veel en verwacht meer dan 7 glazen alcohol tot zich te nemen. Onder jongeren tussen 16 en 24 jaar is het alcoholgebruik het hoogst: ongeveer de helft van hen is van plan veel te drinken. Van de 40-plussers verwacht één op de vijf veel te drinken. Verder geldt dat er meer gedronken wordt naarmate de groep waarmee men naar Koninginnedag komt groter is.

Voor het onderzoek zijn alleen mensen in de openbare ruimte geïnterviewd. Bijna een kwart van de respondenten (23%) heeft tijdens het interview een biertje in zijn handen, 10% wijn en 8% sterke drank. De overige 59% drinkt op dat moment niks of een non-alcoholisch drankje.

Uit cijfers van GGD Amsterdam blijkt dat tijdens Koninginnedag 2011 19 personen met de ambulance naar een ziekenhuis zijn vervoerd die bewusteloos waren als gevolg van alcoholvergiftiging. Zij waren bijna allemaal jonger dan 25 jaar. Uit landelijk onderzoek van NSCK, RdGG, STAP, TNO en Universiteit Twente (2010) naar de achtergrond van minderjarigen met alcoholvergiftiging (niet specifiek op Koninginnedag) blijkt dat in 20% van de gevallen de alcohol bij horeca werd gekocht en bij 13% in de detailhandel.

### Zelf drank meenemen

Bijna een derde van de (groepen) bezoekers (32%) neemt zelf alcohol mee. Deze drank is in de meeste gevallen (71%) al voor 30 april in huis gehaald. Gemiddeld gaat het om 1,4 verschillende dranken: 22% heeft bier mee, 14% sterke drank en 10% wijn. Per persoon in hun groep hebben deze respondenten gemiddeld op 1,3 liter bier gerekend, of een halve liter wijn, of 0,4 liter sterke drank.

### Drank kopen op Koninginnedag

Vier van de tien respondenten drinken alcohol tijdens het interview. Van deze drank is 39% bij een horecagelegenheid gekocht, 32% bij detailhandel in Amsterdam, 26% buiten Amsterdam en 7% bij een particulier. De drank die bij de detailhandel of buiten Amsterdam is gekocht is waarschijnlijk voor een groot maar onbekend deel op een andere dag dan Koninginnedag gekocht.

Zes van de tien bezoekers van 16 jaar en ouder (61%) verwachten tijdens Koninginnedag alcohol te kopen. Gemiddeld denkt men hiervoor naar 1,7 verschillende soorten

gelegenheden te gaan. De buitentaps van professionals worden het vaakst genoemd (33% van alle bezoekers), gevolgd door andere horecagelegenheden (29%). Een supermarkt van een landelijke keten wordt door 11% van de bezoekers genoemd, 6% denkt langs een slijterij te gaan en 4% wil naar een kleine buurtsuper.

### Totaaloverzicht

Bijna een kwart van de bezoekers van Koninginnedag neemt alcohol mee die eerder bij de detailhandel (supermarkt of slijter) is gekocht.

Tijdens Koninginnedag verwacht een kleine helft van de bezoekers (45%) alcohol te kopen bij de horeca (inclusief buitentaps en snackbars) en 15% bij de detailhandel. Van de mensen die naar de detailhandel gaan verwacht 68% ook naar de horeca te gaan.

Van de mensen op straat drinkt 22% alcohol die afkomstig is van de detailhandel (al dan niet van tevoren meegenomen) en 16% loopt met een drankje uit de horeca.

### Aandeel bezoekers dat alcohol heeft gekocht of denkt te kopen naar aankoopadres

	voor Koninginnedag	tijdens Koninginnedag (naar verwachting, meerdere antwoorden mogelijk)	alcoholisch drankje dat tijdens interview wordt gedronken
horeca	-	45	16
detailhandel	23	15	22
particulier	-	14	3
<b>totaal dat alcohol koopt</b>	<b>23</b>	<b>61</b>	<b>41</b>
geen alcohol of geen antwoord	76	39	59
<b>totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### Spelregels

Volgens de Spelregels Koninginnedag mogen particulieren niet meer dan een stuk (zwak)alcohol bij zich hebben. Ruim de helft van de bezoekers (55%) is niet bekend met deze regel.

Van de bezoekers verwacht 14% alcohol te gaan kopen bij een particulier, terwijl deze groep geen alcohol mag verkopen.

### Oordeel horeca en detailhandel

#### *Handhaving regelgeving*

Zowel de detailhandel als de horeca spannen zich sterk in om te voorkomen dat alcohol wordt verkocht aan personen onder de 16 jaar. Bij de horeca heeft de overheid controle over de regelgeving, omdat zij sancties op kan leggen bij het niet naleven van de regels rond sociale hygiëne. Ook de detailhandel valt onder de Drank- en Horecawet; ondernemers worden beboet wanneer zij alcohol verkopen aan jongeren onder de 16 jaar of bij wederverkoop. Via zelfregulering heeft de supermarktbranche de leeftijd waarop men zich moet legitimeren bij de aanschaf van alcohol verhoogd naar 20 jaar. Daarnaast levert de detailhandel een bijdrage aan de Spelregels van Koninginnedag door het 1-stuksbeleid uit te voeren en geen alcohol te verkopen op stations.

De horeca signaleert veel overtredingen van regels: via de treinen wordt veel alcohol naar de stad vervoerd en er vindt veel illegale verkoop van alcohol plaats op straat.

#### *Investerings in Koninginnedag*

De horeca investeert veel en risicovol in het organiseren van evenementen tijdens Koninginnedag. Deze evenementen leveren op verschillende manieren een bijdrage aan de openbare orde en veiligheid. Ten eerste omdat ze verveling van groepen voorkomen. Ten tweede worden aan de evenementen (van overheidswege) eisen gesteld die vaak niet ten goede komen aan de omzet: rond evenementen worden veiligheidscorridoren opengehouden en men is in 2011 een uur eerder gestopt dan in 2010. De horeca geeft aan dat op dit moment het punt is bereikt waarbij het niet meer lonend is om evenementen te organiseren op Koninginnedag.

De corebusiness van de detailhandel is net als op andere dagen het verkopen van levensmiddelen. Tijdens Koninginnedag worden (al dan niet in samenspraak met de gemeente) de gebruikelijke maatregelen rond veiligheid en de verkoop van alcohol geïntensiveerd. Hiervoor is extra personeel aanwezig. In zeer drukke gebieden sluiten de winkels (eerder).

#### *Suggesties voor komende jaren*

##### Horeca:

- Indien men regie wil voeren over de verkoop van alcohol is de horeca het beste sturingsmechanisme.
- Ga 's ochtends met een vrachtwagen over de grachten om illegale alcohol in beslag te nemen
- Een voorwaarde voor samenwerking tussen horeca-ondernemers bij het organiseren van veilige evenementen is dat deze evenementen lucratief zijn. Dit kan betekenen dat het free-for-all-principe losgelaten moet worden.

##### Detailhandel:

- Bredere en eerdere samenwerking tussen levensmiddelenhandel, non-fooddetailhandel en horeca. Ook samenwerking met het Trimbos kan nuttig zijn.
- De bekendheid van de spelregels verhogen onder het publiek. Dit voorkomt discussies bij de uitvoering ervan. Alle betrokken partijen moeten dezelfde boodschap naar buiten brengen.





# Inleiding

## Onderzoeksvraag

Koninginnedag trekt in Amsterdam jaarlijks tegen de 800.000 bezoekers. Het populaire feest legt grote druk op de capaciteit van de handhavers van de openbare orde en veiligheid. Om meer inzicht te verkrijgen in het alcoholgebruik op Koninginnedag heeft de gemeente Amsterdam aan de Dienst Onderzoek en Statistiek (O+S) gevraagd in kaart te brengen waar bezoekers van Koninginnedag 2011 hun alcoholische consumpties kopen.

## Werkwijze

Het onderzoek bestaat uit twee delen: een enquête onder bezoekers van Koninginnedag en interviews met vertegenwoordigers van alcoholverkopende partijen.

### Enquête onder bezoekers

Voor het onderzoek is een korte vragenlijst opgesteld die ingaat op de hoeveelheid alcohol die men verwacht te drinken tijdens Koninginnedag en de locaties waar men alcohol heeft gekocht of verwacht te kopen. Tijdens Koninginnedag 2011 zijn tussen 11.00 en 19.00 uur in totaal 814 bezoekers op straat geïnterviewd. De interviews hebben plaatsgevonden op de volgende locaties:

- Muntplein
- Rozengracht
- Jordaan
- Prinsengracht
- Leidseplein / Leidsestraat
- Marie Heinekenplein
- Museumplein
- Rembrandtplein / Utrechtsestraat

Er zijn geen mensen aangesproken in de buurt van supermarkten of in horecagelegenheden. De resultaten van het onderzoek hebben alleen betrekking op alcoholgebruik in de openbare ruimte.

### Evaluatiegesprekken met alcohol verkopende partijen

In juni hebben evaluatiegesprekken plaatsgevonden over Koninginnedag 2011 met Horeca Nederland, Ahold, Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) en de Bestuursdienst Amsterdam. De nadruk lag bij deze gesprekken op de ervaringen met de inspanningen om de verkoop van alcohol in goede banen te leiden.

## Leeswijzer

De eerste vijf hoofdstukken van deze rapportage beschrijven de resultaten van de enquête onder de bezoekers van Koninginnedag 2011. Na de beschrijving van de groep

wordt ingegaan op de hoeveelheid drank die men van plan is te drinken, het drankje dat men bij zich heeft, de plaatsen waar men alcohol denkt te kopen op Koninginnedag en de bekendheid met de spelregels. In het onderzoek is steeds gekeken naar verschillen op basis van leeftijd, de grootte van de groep, de plaats waar men woont en de hoeveelheid die men denkt te gaan drinken. Wanneer er verschillen zijn aangetroffen staan deze genoemd in de tekst. Verder is in het onderzoek alleen aan mensen die alcohol willen drinken gevraagd welke dranken zij hebben meegenomen. Om te komen tot uitspraken over alle bezoekers is er van uitgegaan dat alleen bezoekers die alcohol willen drinken ook alcohol mee hebben genomen.

De laatste twee hoofdstukken beschrijven de evaluatiegesprekken met vertegenwoordigers van de horeca- en supermarktbranche.

# 1 Bezoekers Koninginnedag 2011

Dit hoofdstuk beschrijft de deelnemers aan het onderzoek.

## 1.1 Ruim helft mensen op straat van buiten Amsterdam

Er hebben iets minder Amsterdammers aan het onderzoek meegewerkt dan mensen van buiten de stad: 44% van de respondenten komt uit Amsterdam. Ruim een op de vijf Koninginnedagvierders (21%) komt uit de provincie Noord-Holland en 10% uit Zuid-Holland.

### Waar woont u? (n=814)

	%
Amsterdam	44
elders in Noord-Holland	21
Zuid-Holland	10
Utrecht	6
buiten Nederland	7
Flevoland	3
Gelderland	3
Noord-Brabant	3
elders	2
geen antwoord	1
<b>totaal</b>	<b>100</b>

Zes van de tien bezoekers (60%) van buiten Amsterdam zijn met de trein naar de stad gekomen. Daarnaast maakt 20% gebruik van de auto en 18% van andere vervoersmiddelen als de bus, een boot of het vliegtuig.

### Hoe bent u naar Amsterdam gekomen? (n=459)

	%
trein	60
auto	20
bus	7
vliegtuig	6
anders	5
geen antwoord	2
<b>totaal</b>	<b>100</b>

## 1.2 Veel groepen jongeren

Bijna de helft van de respondenten (49%) is jonger dan 24 jaar. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers aan het onderzoek is 28 jaar. Bezoekers uit de rest van het land zijn

met gemiddeld 25 jaar jonger dan de Koninginnedagvierders uit Amsterdam en die uit het buitenland (beide gemiddeld 32 jaar).

**Wat is uw leeftijd? (n=814)**

	%
tot en met 15 jaar	2
16-18	14
19-23	33
24-39	34
40+	16
geen antwoord	1
<b>totaal</b>	<b>100</b>

Plaatsen met veel kinderactiviteiten zoals het Vondelpark of Amsterdam Oost zijn in het onderzoek buiten beschouwing gelaten. Op de plaatsen waar is geënquêteerd waren vooral (jong)volwassenen zonder kinderen aanwezig (79%). Daarnaast was ruim één op de tien respondenten in het gezelschap van kinderen en liep 8% in zijn eentje over de vrijmarkt.

**Met wie bent u Koninginnedag aan het vieren? (n=814)**

	%
vrienden / familie / collega's (alleen volwassenen)	79
vrienden / familie / collega's (met kinderen)	11
alleen	8
geen antwoord	2
<b>totaal</b>	<b>100</b>

De helft van de bezoekers (48%) viert Koninginnedag in een kleine groep van 2 tot en met 4 personen. Ruim een kwart (27%) is met 5 tot 10 personen naar de vrijmarkt gekomen en 17% met 10 personen of meer. Per groep is steeds één persoon geïnterviewd.

De gemiddelde respondent heeft Koninginnedag 2011 met 6 personen gevierd. Over het algemeen geldt: hoe groter de groep hoe jonger de feestvierders. De mensen die alleen Koninginnedag vieren zijn gemiddeld 40 jaar, groepjes van 2 tot en 4 personen zijn gemiddeld 31 jaar en groepen van 5 of meer zijn gemiddeld zo'n 25 jaar.

**Met hoeveel personen bent u in totaal? (n=814)**

	%
1	8
2	20
3-4	28
5-9	27
10-19	12
20+	5
<b>totaal</b>	<b>100</b>

## 2 Drankgebruik tijdens Koninginnedag

Dit hoofdstuk beschrijft hoeveel alcohol de bezoekers van Koninginnedag 2011 van plan waren te gaan drinken en wat zij dronken op het moment van het interview.

### 2.1 Vier van de tien bezoekers verwachten veel te drinken

Ruim een kwart van de bezoekers van Koninginnedag (27%) drinkt die dag geen alcohol. Eveneens een kwart (26%) verwacht (ook) alcohol te drinken, maar niet meer dan zes glazen. Ruim vier van de tien bezoekers (42%) zijn van plan veel te gaan drinken (zeven drankjes of meer).

**Hoe veel glazen alcohol men denkt te drinken naar leeftijdscategorie (procenten, n=814)**

	16- 18	19-23	24-39	40-plus	totaal
geen	19	19	31	42	27
gematigd (1 tot en met 6)	29	20	22	34	26
veel (7 of meer)	49	53	44	19	42
geen antwoord	3	8	3	5	5
totaal	100	100	100	100	100

Onder jongeren tussen 16 en 24 jaar is het alcoholgebruik het hoogst: ongeveer de helft van hen is van plan veel te drinken. Van de 24 tot 40-jarigen gaat het om 44% en van de 40-plussers verwacht één op de vijf veel te drinken.

Jongeren komen vaker in groepen naar Koninginnedag. Hierdoor geldt dat hoe groter de groep is waarmee men naar Koninginnedag is gekomen hoe vaker men van plan is om veel te gaan drinken. De gemiddelde leeftijd in groepen van 5 of meer personen is 25 jaar. Meer dan de helft van hen is van plan veel te drinken.

Mensen die alleen zijn of in het gezelschap van kinderen drinken vaker geen alcohol dan de overige bezoekers (ruim 40% tegenover 25%).

Tweederde van de mannen zeggen veel te gaan drinken tegenover een derde van de vrouwen.

Amsterdammers en bezoekers van buiten de stad zijn even vaak van plan veel te drinken.

#### **Alcoholvergiftiging**

Tijdens Koninginnedag 2011 zijn in Amsterdam 81 ambulanceritten geregistreerd voor alcoholgerelateerde klachten. Deze klachten kunnen uiteenlopen van verkeerd gevallen tot een alcoholvergiftiging. In 34 gevallen werd de patiënt naar het ziekenhuis vervoerd. Van deze groep was 60% jonger dan 25 jaar. Van de 34 vervoerde incidenten was bij 19 sprake van bewusteloosheid als gevolg van alcohol intoxicatie. Dit waren bijna allemaal

personen jonger dan 25 jaar (bron: GGD Amsterdam).

Uit landelijk onderzoek van NSCK, RdGG, STAP, TNO en Universiteit Twente (2010) naar de achtergrond van minderjarigen met alcoholvergiftiging blijkt dat het meestal om 15-plussers gaat (76% van de geregistreerde gevallen van alcoholvergiftiging t/m 17 jaar) in het gezelschap van vrienden (93%). De alcohol wordt meestal via vrienden of thuis verkregen (60%). Daarnaast heeft 20% de alcohol bij de horeca gekocht en 13% bij de detailhandel.

## 2.2 Kwart van bezoekers loopt met een biertje

Van de respondenten heeft 41% een alcoholisch drankje in zijn of haar hand op het moment van de enquête. Omdat het drankje dat werd gedronken alleen is geregistreerd bij respondenten die verwachten dat ze deze Koninginnedag alcohol zouden drinken, is niet bekend hoeveel bezoekers een non-alcoholisch drankje in hun handen hadden. Van de personen die verwachten dat ze die dag ook alcohol zouden drinken had 13% een niet-alcoholisch drankje in zijn handen ten tijde van het interview en 30% niets.

Bier is de meest gedronken alcoholische drank op Koninginnedag. Bijna een kwart (23%) van alle respondenten drinkt ten tijde van het interview een biertje. Dit komt neer op een derde (32%) van alle respondenten die verwachten op Koninginnedag alcohol te drinken. Hiermee is de alcoholische drank die gedronken werd tijdens het interview zes van de tien keer (57%) een biertje.

### Wat drinkt u nu? (n=592)

	% van alle bezoekers (n=814)	% van bezoekers op Koninginnedag (ook) alcohol drinken (n=592)	% van bezoekers die tijdens interview alcohol drinken (n=333)
bier	23	32	57
wijn	10	13	23
sterke drank	8	11	20
sap / frisdrank / water	8	11	-
anders (voornamelijk koffie of thee)	1	2	-
niet bekend, maar drinkt geen alcohol op K'dag	27	-	-
niets	22	30	-
geen antwoord	1	1	-
totaal	100	100	100

Personen tussen de 24 en 39 jaar die alcohol drinken hebben vaker een drankje in hun handen dan de andere leeftijdscategorieën. De stevige drinkers drinken vaker bier dan de gematigde drinkers, die vaker niets of een frisje drinken tijdens het interview.

Als alleen gekeken wordt naar de mensen die een drankje in hun handen hebben tijdens het interview dan vallen de volgende verschillen in drankkeuze op:

- Mannen kiezen acht van de tien keer voor bier, vrouwen voor wijn.
- In gezelschappen met kinderen wordt vaker wijn dan bier of sterke drank gedronken.
- Personen die alleen zijn of in een groep van 5 personen of groter drinken vaker bier dan personen in groepen van maximaal 4 personen. In deze laatste groep wordt vaker wijn gedronken dan in de andere groepen.
- Hoe groter de groep, hoe minder vaak men kiest voor non-alcoholische dranken.
- Personen tussen 24 en 39 jaar kiezen minder snel voor sterke drank dan jongeren en 40-plussers.





## 3 Zelf drank meenemen

Dit hoofdstuk beschrijft hoeveel en welke dranken bezoekers die alcohol verwachten te drinken bij zich hebben op het moment dat ze Koninginnedag gingen vieren.

### 3.1 Een derde neemt zelf alcohol mee

Bijna een derde (32%) van de (groepen) bezoekers heeft zelf alcohol meegenomen naar Koninginnedag. Gemiddeld neemt men 1,4 verschillende soorten alcohol mee: 22% van alle bezoekers heeft bier meegenomen, 14% sterke drank en 10% wijn.

#### Aandeel bezoekers dat van tevoren drank heeft gekocht en meegenomen naar Koninginnedag? (n=297, meerdere antwoorden mogelijk)

	% van bezoekers die alcohol willen drinken en drank mee hebben genomen (n=297)	% van bezoekers die alcohol willen drinken (n=546)	% van alle bezoekers* (n=814)
bier	59	32	22
sterke drank	37	20	14
wijn	26	14	10
totaal			32

\*Aangenomen is dat alleen personen die zelf van plan zijn alcohol te drinken alcoholische dranken mee hebben genomen.

Groepen die vaker zelf drinken meenemen dan de overige bezoekers die alcohol willen drinken zijn:

- mensen die veel alcohol willen drinken (54% tegenover 41% van gematigde drinkers)
- bezoekers van buiten Amsterdam (57% tegenover 39% van de Amsterdammers)
- jongeren (ruim 60% van de personen onder de 23 tegenover 22% van de 40-plussers)
- grote groepen (62% van groepen van 10 of meer vs. 21% van groepen van 1 of 2)

De mensen die bier meenemen nemen gemiddeld 1,3 liter bier per persoon mee. Mensen die wijn meenemen rekenen op een halve liter per persoon. Bij sap en sterke drank gaat het om 0,4 liter per persoon.

#### Hoeveelheid meegenomen drank door respondenten die alcohol willen drinken (n=297)

	gemiddeld aantal liters per persoon in groep die de drank bij zich heeft
bier	1,3
wijn	0,5
sterke drank	0,4

### 3.2 Meegenomen drank zeven van tien keer voor 30 april gekocht

Alle groepen verzorgen zelf de aanschaf van de meegebrachte dranken. In één op de drie gevallen regelt men de aanschaf gezamenlijk.

#### Wie heeft de drankjes van tevoren gekocht? (n=297)

	%
ikzelf	34
iemand uit onze groep	31
de groep gezamenlijk	33
iemand buiten deze groep	-
geen antwoord	2
<b>totaal</b>	<b>100</b>

Ruim een kwart van de mensen die drankjes meenemen hebben deze onderweg naar het feest gekocht. De meeste mensen (71%) doen dit eerder.

#### Wanneer zijn de drankjes van tevoren gekocht? (n=297)

	%
vandaag, onderweg naar Koninginnedag	27
eerder (speciaal voor Koninginnedag gekocht)	63
de drankjes waren al in huis (niet speciaal voor Koninginnedag gekocht)	8
geen antwoord	2
<b>totaal</b>	<b>100</b>

## 4 Drank kopen tijdens Koninginnedag

Dit hoofdstuk beschrijft waar men tijdens Koninginnedag alcoholische drankjes koopt.

### 4.1 39% gekocht bij horeca en 32% bij Amsterdamse detailhandel

Vier van de tien respondenten (41%) drinken alcohol tijdens het interview. Van deze drankjes is 39% bij een professional op de vrijmarkt gekocht (kraam, buitentap of horecagelegenheid), 32% bij detailhandel in Amsterdam (supermarkt, buurtsuper of slijterij), 26% is buiten Amsterdam aangeschaft en 7% bij een particulier.

#### Waar heeft u het alcoholische drankje dat u nu drinkt gekocht? (n=333)

	Amsterdammer	andere gemeente	totaal
buiten Amsterdam	5	44	26
kraam of buitentap van een professional (in Amsterdam)	22	20	21
horecagelegenheid (terras of binnen) (in Amsterdam)	21	12	16
snackbar (in Amsterdam)	2	1	2
supermarkt van landelijke keten (in Amsterdam)	31	18	23
slijterij (in Amsterdam)	10	4	7
kleine buurtsuper (in Amsterdam)	1	2	2
particulier (in Amsterdam)	10	5	7

Van de Amsterdammers die alcohol drinken heeft 42% een drankje uit de detailhandel in zijn handen. Het is niet bekend of deze drankjes voor of tijdens Koninginnedag zijn gekocht. Van de bezoekers uit andere gemeentes die alcohol drinken heeft 24% een drankje in zijn handen dat afkomstig is van de Amsterdamse detailhandel en dus tijdens Koninginnedag is gekocht.

### 4.2 Drie van tien die zelf drinken meenemen kopen geen alcohol op Koninginnedag

Zes van de tien bezoekers van 16 jaar en ouder (61%) verwachten tijdens Koninginnedag alcohol te kopen. Gemiddeld denkt men hiervoor naar 1,7 verschillende soorten verkooppunten te gaan. Bijna de helft (46%) is van plan een alcoholisch drankje te kopen bij een kraam of buitentap van een professional en 40% binnen bij de horeca of op het terras. Ruim één op de zes bezoekers (16%) die alcohol willen drinken zijn van plan langs een supermarkt van een landelijke keten te gaan. De respondenten die anders hebben geantwoord (8%) weten niet waar ze hun alcoholische drankjes willen kopen en denken meestal in termen als overal, de dichtstbijzijnde plek of hangt er vanaf.

Eén op de zes (16%) bezoekers die alcohol willen drinken verwachten dit niet tijdens Koninginnedag te kopen. Dit is 29% van de mensen die zelf drinken mee hebben genomen. Personen die zelf drinken hebben meegenomen kopen zoals te verwachten minder vaak in de horeca of bij particulieren. Zij gaan wel even vaak naar de supermarkt als andere bezoekers.

**Bij welke van de volgende gelegenheden verwacht u tijdens Koninginnedag alcoholische drankjes te kopen? (n=592, meerdere antwoorden mogelijk)**

	zelf drinken mee	geen drinken mee	totaal van personen die alcohol willen drinken	totaal van bezoekers
kraam of buitentap van een professional (in Amsterdam)*	38	54	46	33
horecagelegenheid (terras of binnen) (in Amsterdam)*	28	51	40	29
particulier (in Amsterdam)*	15	25	20	14
supermarkt van landelijke keten (in Amsterdam)	16	16	16	11
slijterij (in Amsterdam)	6	10	8	6
kleine buurtsuper (in Amsterdam)	5	6	5	4
snackbar (in Amsterdam)	4	6	5	4
anders	10	8	8	6
nergens*	29	3	16	39
geen antwoord	1	6	4	3

\*significant verschil

Hieronder staan de groepen die andere keuzes maken dan gemiddeld:

- Personen van buiten Amsterdam gaan vaker naar een kraam of buitentap van een professional (49% vs. 40%)
- Vrouwen kiezen vaker voor een horecagelegenheid (binnen of terras) dan mannen (47% vs 35%)
- Personen boven de 25 gaan sneller naar een horecagelegenheid dan jongeren
- Bezoekers van buiten Amsterdam verwachten vaker tijdens Koninginnedag naar een grote supermarkt te gaan dan Amsterdammers (19% vs 12%)
- Stevige drinkers gaan vaker naar een buurtsuper dan gematigde drinkers (7% vs 3%)
- Mensen die alcohol willen drinken en met kinderen op stap zijn kopen eerder alcohol bij een particulier dan groepen volwassenen (40% vs 17%)
- Gematigde drinkers kopen vaker niets dan stevige drinkers (20% vs 13%)

## 5 Bekendheid spelregels

### 5.1 Meerderheid niet bekend met spelregels

Tijdens Koninginnedag gelden speciale regels. Eén van de regels is dat particulieren niet meer dan één stuk (zwak)alcohol bij zich mogen hebben. Een six pack of vaten voor een thuishap worden beschouwd als meer stuks alcohol.

Ruim de helft van de bezoekers (55%) is niet op de hoogte van het feit dat zij niet meer dan één stuk alcoholische drank bij zich mogen hebben. Ruim vier van de tien bezoekers kennen de regel wel (44%). Bezoekers die jonger zijn dan 18 of ouder dan 40 zijn vaker met de regel bekend dan bezoekers tussen de 19 en 39 jaar.

**Formeel mag iedereen op Koninginnedag niet meer dan 1 alcoholisch drankje per persoon bij zich hebben. Wist u dit? (n=814)**

	%
ja	44
nee	55
geen antwoord	1
<b>totaal</b>	<b>100</b>

## 6 Detailhandel over Koninginnedag

In juni heeft een evaluatiegesprek plaatsgevonden over Koninginnedag 2011 met de volgende deelnemers:

Albert Heijn: Susanne van Paridon en Joost Leijnse

Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL): Henriëke Crielaard

Bestuursdienst Amsterdam: Geert Eggink

O+S: Esther Jakobs en Lieselotte Bicknese

Deze paragraaf beschrijft kort de belangrijkste uitkomsten.

### **Gebruikelijke inspanningen om de verkoop van alcohol verantwoord uit te voeren**

- Wettelijk is geregeld dat jongeren tot 16 jaar geen alcohol mogen kopen. In alle supermarkten wordt aan personen tot 20 jaar om legitimatie gevraagd bij de aanschaf van alcohol of tabak. Op deze manier worden jongeren onder de 16 die er ouder uitzien ook om legitimatie gevraagd.
- Er is veel aandacht voor de communicatie van de regels met betrekking tot legitimatie (o.a. flyers, posters in de winkel, raamstickers, training caissières en leidinggevenden, intranet). Winkels van AH ontvangen vier keer per jaar informatie over de verkoop van alcohol. Ook vinden vier keer per jaar controles plaats.
- De kassa's waarschuwen de caissières bij alcoholproducten dat om legitimatie gevraagd moet worden. Daarnaast bevatten de kassa's van winkelketens systeem om de leeftijd van de klant snel uit te rekenen.
- Nieuwe maatregelen bij AH zijn een weerbaarheidstraining voor caissières die in samenwerking met het Trimbos-instituut is opgezet en extra communicatie over de regel: samen kopen is samen legitimeren.
- Dronken mensen worden uit de winkel geweerd.
- Alle producten worden duurzaam ingekocht. Milieukosten worden hiermee op een ander moment gemaakt dan bijvoorbeeld bij de milieubekers die de horeca gebruikt.

### **Extra inspanningen supermarkten tijdens Koninginnedag**

- Tijdens Koninginnedag is er extra aandacht voor de legitimatieregels.
- In de periode voor Koninginnedag vindt bij AH een interne audit plaats dmv mystery shoppers op de correcte verkoop van alcohol. Winkels die niet correct handelen worden hier op aangesproken.
- De operationeel managers van AH hebben met alle winkels contact opgenomen om het belang van de regels met betrekking tot de verkoop van alcohol te benadrukken.
- Er is altijd een leidinggevende op de achtergrond aanwezig om de uitvoering van de regels in goede banen te leiden.
- Klanten in Centrum en Oud-Zuid mogen niet meer dan 1 stuk alcohol per persoon kopen.
- Indien nodig wordt de 1-stuksregel verscherpt: bij Magna Plaza kon men geen six-packs kopen, maar maximaal één blikje bier per persoon.
- Op stations wordt geen alcohol verkocht.

- Naar alle winkels is gecommuniceerd geen alcohol te verkopen aan klanten die al te veel hebben gedronken.
- Er is extra personeel in de winkels aanwezig om de veiligheid bij de deur te vergroten.
- Winkels op extreem drukke plekken zijn vrijwillig (eerder) dicht met Koninginnedag. Anders is de veiligheid in de winkel niet te garanderen.
- Bier wordt op Koninginnedag niet prominent in de winkel geplaatst. De winkel is in principe open voor dagelijkse boodschappen.
- Vanwege de veiligheid is het streven om klanten zo snel mogelijk in en uit de winkel te leiden op Koninginnedag. Bijvoorbeeld met snelkassa's voor mensen met weinig producten of een verkorte looproute.

### **Bijdrage aan het feest Koninginnedag**

Om Koninginnedag veilig en feestelijk te laten verlopen zijn in de Amsterdamse filialen van supermarkketens extra maatregelen genomen vanwege de speciale regelgeving in Amsterdam en de drukte in de winkels. Winkels met hoog risico worden (eerder) gesloten. In 2011 waren de volgende supermarkten gesloten

	hele dag gesloten	deel van de dag gesloten
Albert Heijn	Van Baerlestrat / Museumplein	niet bekend
	Koningsplein	
	Nieuwmarkt	
	Westermarkt	
	Haarlemmerdijk	
	Lange Vonder	
	Willem Kraanstraat	
	Lambertus Zijlplein	
	Delflandplein	
	August Allebéplein	
	Sierplein	
	Rembrandthof	
	Linnaeusstraat	
	Meibergdreef	
Aldi	Alle filialen	
Super de Boer	Hendrik Jaconszoonstraat	
Dirk van den Broek	Marie Heinekenplein	
Vomar Voordeelmarkt	Kinkerstraat	
Deen Supermarkten		Rietwikerstraat
Jumbo		Westerstraat

### **Samenwerking met overige organisaties**

Bij maatschappelijke vraagstukken, zoals rondom de verkoop van alcohol, werkt Albert Heijn samen met andere supermarkten. Bijvoorbeeld via het CBL.

Albert Heijn werkt samen met Trimbos in de campagne "meer lol met selfcontrol" om te voorkomen dat jongeren onder de 16 jaar alcohol en tabak gebruiken. Het bijbehorende blad wordt uitgedeeld tijdens festivals en evenementen en ligt bij de GGD.

Supermarkten zijn bij uitstek organisaties die erg betrokken zijn bij de buurt waarin ze staan en leveren een actieve bijdrage aan de gemeentelijke doelstellingen schoon, heel en veilig. Dit gebeurt ook bij Koninginnedag. Als het om veiligheid gaat hebben supermarkten veel contact met de buurtregisseur. In Centrum en Oud Zuid maken supermarktmanagers van AH met de buurtregisseur een set van afspraken over onder andere escalaties, winkeldiefstallen, calamiteiten en alcoholverkoop. AH heeft verder in het kader van schoon, heel en veilig het project Goede Buur.

### **Spelregels Koninginnedag**

De 1-stuks regel is voor het publiek niet altijd duidelijk. Je mag bijvoorbeeld kopen, één bierflesje kopen en geen krat, maar wel een six-pack blikjes.

### **Terugblik op Koninginnedag 2011**

De extra inspanningen voorafgaand aan Koninginnedag hadden resultaat: de dag is vrij probleemloos verlopen.

### **Suggesties voor komende jaren**

Bredere en eerdere samenwerking tussen detailhandel, horeca en non-food. Daarnaast zou meer samenwerking gezocht kunnen worden met Trimbos: het doel van alle maatregelen is immers om misbruik van alcohol te voorkomen.

De bekendheid van de Spelregels Koninginnedag verhogen onder het publiek. In de winkels hoeft dan bijvoorbeeld geen discussie meer te ontstaan over wat 1 stuk alcohol inhoudt. Ook hier geldt weer: trek samen op en breng dezelfde boodschap naar buiten.





## 7 Horeca over Koninginnedag

In juni heeft een evaluatiegesprek plaatsgevonden over Koninginnedag 2011 met de volgende deelnemers:

Horeca Nederland: Ton Poppes en John Schraven

Bestuursdienst Amsterdam: Geert Eggink

O+S: Esther Jakobs en Lieselotte Bicknese

Deze paragraaf beschrijft kort de belangrijkste uitkomsten.

### **Gebruikelijke inspanningen om de verkoop van alcohol verantwoord uit te voeren**

- Wettelijke regels met sanctiemogelijkheden: sociale hygiëne regelgeving
- Er wordt geen alcohol verkocht aan jongeren onder de 16 jaar
- Geen verkoop aan personen die te veel hebben gedronken. Comazuipen vindt bijvoorbeeld niet plaats in de horeca.

### **Extra inspanningen horeca tijdens Koninginnedag**

- Veel evenementen zijn een uur eerder gestopt om de uitstroom van het publiek beter te kunnen reguleren
- Op het Rembrandtplein was bijvoorbeeld een evenemententerrein ingericht, zodat het mogelijk was veiligheidscorridors open te houden. Dit betekent wel dat er minder mensen op het Rembrandtplein passen.
- Er zijn 500.000 ecobekers in omloop op Koninginnedag

### **Bijdrage aan het feest Koninginnedag**

Het organiseren van evenementen. De evenementen dragen bij aan de veiligheid in de stad, omdat ze de sfeer goed houden. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de detailhandel levert de horeca een bijdrage aan de kosten van Koninginnedag.

### **Samenwerking met overige organisaties**

- Samenwerking met gemeente in verband met vergunningen en regels.
- Samenwerking van horecaondernemers op het gebied van ecobekers
- De samenwerking tussen horecaondernemers onderling bij het organiseren van evenementen staat onder druk als gezamenlijke evenementen geen winst kunnen maken.

### **Spelregels Koninginnedag**

Er komt toch nog veel alcohol via de treinen naar Amsterdam.

### **Terugblik op Koninginnedag 2011**

Sfeer was goed. Er zijn echter ook minpunten te noemen:

- De veiligheidsmaatregelen op het Rembrandtplein hebben ertoe geleid dat er bij dit evenement geen winst is gemaakt. Zowel de eerdere sluitingstijd als het vrijhouden van corridors hebben een negatief effect op de omzet. Daarnaast gaan de kosten

bijvoorbeeld omhoog omdat de muziek steeds zachter moet en er op het terrein dus meer boxen moeten worden neergezet. Op dit moment is een omslagpunt bereikt waarbij het de vraag is of het nog wel mogelijk is om evenementen te kunnen organiseren. De kosten voor het organiseren van de evenementen met SLAM FM! op het Rembrandtplein bedragen meer dan € 100.000.

- Het geluid van boten overstemt op de grachten het geluid van de evenementen

### **Suggesties voor komende jaren**

De gemeente moet haar alcoholmatigingsbeleid serieus nemen. Als men regie wil voeren over de verkoop van alcohol in verband met de openbare orde en veiligheid is de horeca hiervoor het juiste sturingsmechanisme. De Horeca is van de alcoholverkopende partijen het meest gereguleerd.

Voor betere en veiligere evenementen is het noodzakelijk dat ondernemers samenwerken. Samenwerking maakt het mogelijk om minder taps neer te zetten, zodat er ruimte overblijft voor de stromen bezoekers. Een van de voorwaarden voor samenwerking is dat het mogelijk is dat er winst gemaakt wordt. Dit kan betekenen dat het "free for all" principe losgelaten zou moeten worden. Bezoekers kunnen dan bijvoorbeeld niet langer zelf drank meenemen naar deze activiteiten.

Ga met een vrachtwagen over de grachten om illegale alcohol op te halen.