

Pak producent van drank aan, niet de gebruiker

Weinig politici beseffen dat er achter de schermen flink aan de stoelpoten van het alcoholbeleid in Nederland wordt gezaagd. Het alcoholbeleid van regering en gemeenten pakt hoe langer hoe meer uit op: het pakken van de drinkende burger. Producenten en verkopers van drank krijgen daarentegen steeds meer de ruimte om die drank op te dringen.

Voor zover er nu aandacht is voor het alcoholprobleem, gaat het vooral over de in 2014 ingevoerde leeftijdsgrenzen van 18 jaar en over jongeren en ouders die deze leeftijdsgrenzen niet respecteren. 18-minners die in de horeca of op straat drank bij zich hebben worden vaker beboet. Drankcontroleurs pleiten voor het strafbaar stellen van vrienden die drank doorgeven aan 18-minners. Kort geleden kreeg een moeder die een drankfeestje uit de hand liet lopen met een alcoholintoxicatie als gevolg, een boete opgelegd. En binnenkort kunnen ook dronken herrieschoppers die zich op straat misdragen een extra zware straf tegemoet zien.

Wat is hier aan de hand? Beseffen de overheden dat het voor eens en voor altijd uit moet zijn met de dominante rol van schadelijk alcoholgebruik? Laten overheden zich leiden door het feit dat 45 procent van de mannen en 20 procent van de vrouwen meer alcohol drinkt dan goed voor hen is?

Is de politiek onder de indruk geraakt van de niet mis te verstane boodschap van de Gezondheidsraad (november vorig jaar): "Drink geen alcohol of in ieder geval niet meer dan één glas per dag?"

Allesbehalve. Genoemde maatregelen die vooral de (soms te veel) drinkende burgers treffen lijken goed verdedigbaar, maar zijn uiteindelijk slechts een doekje voor het bloeden.



Alle grote sportwedstrijden worden gesponsord door bierbrouwers, competities naar hen vernoemd. FOTO ANP

Lees het door de wetenschap onderbouwde advies van de Wereldgezondheidsorganisatie: zij beveelt aan het omvangrijke alcoholprobleem, waarmee vooral de rijke landen worstelen, op drie fronten aan te pakken: zorg dat alcohol niet te goedkoop is. Zorg dat het niet te gemakkelijk verkrijgbaar is. En verbied alcoholreclame- en sponsoring, net als bij tabak.

Supermarkt

De essentie van dit advies is de consument beschermen. Nederlandse overheden laten deze adviezen zo goed als links liggen. Wie een super-

markt binnenstapt, wordt wekelijks geconfronteerd met stuntprijzen voor bier en wijn waarvan ook jongeren en probleemdrinkers kunnen profiteren. Overal wordt reclame gemaakt voor drank. Alle grote sportwedstrijden worden gesponsord door brouwers.

Zeer opmerkelijk is dat een aantal gemeenten, gesteund door de VNG, nu volop bezig is om belangrijke beperkingen van de huidige Drank- en Horecawet overboord te gooien: zij zijn gestart met experimenten waarbij niet alleen de horeca drank mag schenken, maar ook kappers, boekhandels, kledingwinkels en wasseret-

tes. Hun argument: zo maak je binnensteden aantrekkelijker en gezelliger. In werkelijkheid zal het leiden tot meer overlast, ook overdag. Staatssecretaris Van Rijn heeft de gemeenten per brief verzocht de plannen aan te passen, maar daar trekken de VNG en de lokale bestuurders zich niets van aan.

Het wordt tijd dat de politiek wakker wordt en beseft dat het alcoholprobleem op deze manier slechts toeneemt, wat ten koste zal gaan van onze gezondheid en de openbare orde. Heineken vaart er wel bij: in 2015 slaagde zij erin weer méér bier te verkopen in Nederland.



Wim van Dalen
directeur Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP
Sandra van Ginneken
senior beleidsmedewerker STAP