

Vergaderjaar 2009–2010

32 022

Wijziging van de Drank- en Horecawet met het oog op de terugdringing van het alcoholgebruik onder met name jongeren, de voorkoming van alcoholgerelateerde verstoring van de openbare orde, alsmede ter reductie van de administratieve lasten

Nr. 12

AMENDEMENT VAN HET LID VAN DER VLIES

Ontvangen 15 februari 2010

De ondergetekende stelt het volgende amendement voor:

Artikel I wordt als volgt gewijzigd:

I

Na onderdeel J wordt een onderdeel ingevoegd, luidende:

Ja

Na artikel 14 wordt een artikel ingevoegd, luidende:

Artikel 14a

Het is ter bescherming van de volksgezondheid verboden in een horecalokaliteit alcoholhoudende drank aan te bieden tegen een prijs die lager is dan 60% van de prijs die in de betreffende horecalokaliteit gewoonlijk wordt gevraagd.

II

In onderdeel R wordt artikel 25d als volgt gewijzigd:

A. In het eerste lid vervallen de dubbele punt aan het slot van de aanhef en onderdeel a, alsmede de aanduiding «b.».

B. In het tweede lid vervalt «en verstrekkingen».

Toelichting

Dit amendement regelt – ter bescherming van de volksgezondheid – dat het verboden wordt in de uitoefening van een horecalokaliteit alcoholhoudende drank aan te bieden tegen een prijs die lager is dan 60% van de prijs die in de betreffende lokaliteit gewoonlijk wordt gevraagd. Met name minderjarigen zijn voor deze acties erg gevoelig omdat ze én heel voordelig aan alcohol kunnen komen én in korte tijd heel veel kunnen nuttigen. Uit onderzoek van de Universiteit van Twente¹ is gebleken dat in ieder geval een meerderheid van de jongeren aangeeft als gevolg van dit

¹ Universiteit Twente. Happy hours en andere prijsacties in de Nederlandse horeca. Stichting Alcoholpreventie, 2007.

soort acties méér te gaan drinken. Dat kan leiden tot overmatig alcoholgebruik door jongeren en overlast in gemeenten.

Gezien het feit dat dit probleem al jaren speelt, schiet het voorstel om gemeenten de mogelijkheid te geven om prijsacties in een gemeentelijke verordening te regelen volgens de indiener tekort. Daardoor zou het risico van alcoholshoppen blijven bestaan.

Het gekozen kortingspercentage (minder dan 60% van de gangbare prijs op dat verkooppunt) ligt ruim boven de winstmarges op de verkoop van alcoholhoudende dranken in de horeca, zodat er bij dergelijke prijsacties altijd sprake is van verkoop onder de kostprijs.

Van der Vlies