

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

2811

Vragen van het lid **Van der Staaij** (SGP) aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *het bericht dat C1000 begint met een EK-oorlog* (ingezonden 23 mei 2012).

Antwoord van minister **Schippers** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport) (ontvangen 19 juni 2012).

Vraag 1

Heeft u kennisgenomen van het artikel «C1000 begint EK-oorlog»¹?

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2 en 3

Kunt u – mede in het licht van de doelstelling van de Drank- en Horecawet om het overmatig alcoholgebruik tegen te gaan – aangeven hoe u tegen dergelijke bieroorlogen aankijkt? Bent u van mening dat dergelijke stuntprijsacties onwenselijk zijn?

Bent u bekend met de wetenschappelijke studies waaruit blijkt dat er een relatie is tussen de hoogte van de prijs van alcoholhoudende dranken en de omvang van de alcoholconsumptie en de schade die daaruit voortkomt²? Deelt u de mening dat met name minderjarigen en jongvolwassenen voor dergelijke stuntacties erg gevoelig zijn omdat ze én heel voordelig aan

¹ Metro, 23 mei 2012.

² Meier et al., (2008a). The independent review of the effects of alcohol pricing and promotion. Summary of Evidence to Accompany Report on Phase 1: Systematic Reviews. School of Health and Related Research, University of Sheffield, UK, June 2008. Study commissioned by the Department of Health: UK.

Meier et al., (2008b). Independent review of the effects of alcohol pricing and promotion: Part B. Modelling the potential impact of pricing and promotion policies for alcohol in England: Results from the Sheffield Alcohol Policy Model Version 2008 (1–1). University of Sheffield, UK. Study commissioned by the Department of Health.

Meier, P. et al., (2009). Model-based appraisal of alcohol minimum pricing and off-licensed trade discount bans in Scotland. A Scottish adaptation of the Sheffield Alcohol Policy Model version 2.

Meier, P. (2009). Sheffield report analyses effects of minimum pricing for alcohol in Scotland. Quote opgehaald van: <http://www.sheffield.ac.uk/mediacentre/2009/1351.html> op 1 oktober 2009.

alcohol kunnen komen én worden gestimuleerd om heel veel alcohol te nuttigen? Vindt u dat ook onwenselijk?

Antwoord 2 en 3

Ik kan mij voorstellen dat goedkope drank aantrekkelijk is voor jongeren. Daarom voer ik ook een afgewogen beleid, waar naast voorlichting aan jongeren en ouders, ook prijsbeleid onderdeel van uitmaakt. Ik zie drankgebruik onder jongeren als een probleem dat met name een lokale aanpak vergt. Ik ben dan ook voorstander van een aanpak op gemeentelijk niveau. Op 22 mei jl. is in de Eerste Kamer de wijziging van de Drank- en Horecawet aanvaard. Met die nieuwe wet hebben gemeenten straks meer instrumenten voor het inrichten van hun preventiebeleid gericht op alcoholgebruik onder jongeren. Burgemeesters krijgen met de nieuwe Drank- en Horecawet bijvoorbeeld extra bevoegdheden om op lokaal niveau ongewenste prijsacties met alcohol tegen te gaan, zoals stuntprijzen of happy hours.

Vraag 4 en 5

Valt een dergelijke actie volgens u nog steeds onder de door de branche zelf opgestelde alcoholcode? Is een dergelijke actie in overeenstemming met de Europese richtlijn, waarin onder andere staat dat de reclame geen onmatig alcoholgebruik mag aanmoedigen?

Deelt u de mening dat het instrument van zelfregulering onvoldoende zwaar is, niet ver genoeg reikt en derhalve een onvoldoende bijdrage levert aan het alcoholpreventiebeleid richting jongeren? Bent u daarom alsnog bereid om artikel 15 van de Audiovisuele Mediadiensten Richtlijn (AVMDR) in de wet op te nemen?

Antwoord 4 en 5

In Nederland bestaat een stelsel van zelfregulering. Hiertoe heeft de branche een Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken opgesteld. In die code zijn ook beperkingen gesteld aan het gratis verstrekken van drank en de toelaatbaarheid van kortingsacties. Een korting mag maximaal 50% van de normale verkoopprijs bedragen. De actie van C1000 valt binnen die maximaal toegestane kortingspercentages. Bij overtreding van de Reclamecode kan de Reclame Code Commissie of het College van Beroep bij de reclamecode aangesloten bedrijven een boete opleggen. Het kabinet hecht veel belang aan de zelfregulering, mede gelet op de langs die weg reeds bereikte beperkingen van reclame. Mede tegen die achtergrond is het kabinet niet voornemens verdergaande wettelijke maatregelen te nemen. Zoals ik heb toegelicht in het antwoord op de vorige vraag, ben ik voorstander van een lokale aanpak van alcoholgebruik onder jongeren. De gewijzigde Drank- en Horecawet biedt daartoe voldoende handvatten.

Vraag 6 en 7

Zou u voor het tegengaan van dergelijke landelijke stuntacties een landelijk verbod op het verkopen van alcoholhoudende dranken onder de kostprijs willen overwegen?

Bent u bereid om in overleg te treden met het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) om te bezien hoe soortgelijke stuntacties rondom het EK gestopt en voorkomen kunnen worden?

Antwoord 6 en 7

Ik vind dergelijke maatregelen een zaak waar lokale afwegingen noodzakelijk zijn. Daarom heb ik in de nieuwe Drank- en Horecawet extra verordenende bevoegdheden opgenomen voor burgemeesters om op lokaal niveau ongewenste prijsacties met alcohol tegen te gaan, zoals stuntprijzen of happy hours, in het belang van de volksgezondheid of de openbare orde. Deze vorm van lokaal maatwerk acht ik samen met de Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken afdoende. VWS is in zijn algemeenheid in gesprek met het CBL via het Regulier Overleg Alcoholbeleid. Ik hoop wel dat er op lokaal niveau gesprekken met o.a. supermarkten plaatsvinden om alcoholgebruik onder jongeren verder te beperken.

Meier et al., (2008b). Independent review of the effects of alcohol pricing and promotion: Part B. Modelling the potential impact of pricing and promotion policies for alcohol in England: Results from the Sheffield Alcohol Policy Model Version 2008 (1–1). University of Sheffield, UK. Study commissioned by the Department of Health.

Meier, P. et al., (2009). Model-based appraisal of alcohol minimum pricing and off-licensed trade discount bans in Scotland. A Scottish adaptation of the Sheffield Alcohol Policy Model version 2.

Meier, P. (2009). Sheffield report analyses effects of minimum pricing for alcohol in Scotland. Quote opgehaald van: <http://www.sheffield.ac.uk/mediacentre/2009/1351.html> op 1 oktober 2009.