

Improving Mental Health by Sharing Knowledge

Normen en Nudges

De zachte kant van lokaal alcoholbeleid

Lex Lemmers

Symposium
Preventie- en handhavingsplannen alcohol
Utrecht, 1 april 2015



Trimbos
instituut
Netherlands Institute of
Mental Health and Addiction

Inhoud

- Alcoholgebruik: meer dan een persoonlijke keuze
- Effectieve preventie en vormen van controle
- NIX18 en sociale normen: van moeten naar willen
- Nudges en gemeentelijk alcoholbeleid

De keuze om alcohol te drinken

Motivatie van de drinker

- Het drinken van alcohol is een persoonlijke keuze
 - (maar . . . beïnvloed door sociale druk, cultuur, omgeving, etc)
- Overmatig drinken wordt verklaard door attitudes/intenties ten aanzien van
 - (1) alcohol
 - (2) dronkenschap
 - (3) alcoholvrij
- Gedurende de puberteit verschuiving in attitudes
 - Positiever over alcohol
 - minder negatief over dronkenschap
 - minder positief over fris/alcoholvrij

Kiezen voor alcoholhoudende of alcoholvrije drank?

Motieven om te drinken

- Alcoholvrij/fris
 - Dorst
 - Lekker/zin in
 - Gewoonte/dagelijks gebruik
 - Helder/nuchter blijven
 - gezondheid
 - Principieel/geloof
- Alcoholhoudende drank (Cooper)
 - Dorst/lekker/zin in/gewoonte, maar ook:
 - Enhancement motives: **voor de kick/feesten/uit je dak**
 - Social motives: **voor de gezelligheid**
 - Coping motives: **om losser te worden**
 - Conformity motives: **om mee te doen met de groep**

Sociale Druk om alcohol te drinken

- Actieve groepsdruk
 - rondjes
 - drinkspelletjes
- Passieve groepsdruk
 - Normen
 - Voorbeeldgedrag
- Marketing, reclame en promotie

Het aanbod en de beschikbaarheid van alcoholhoudende dranken

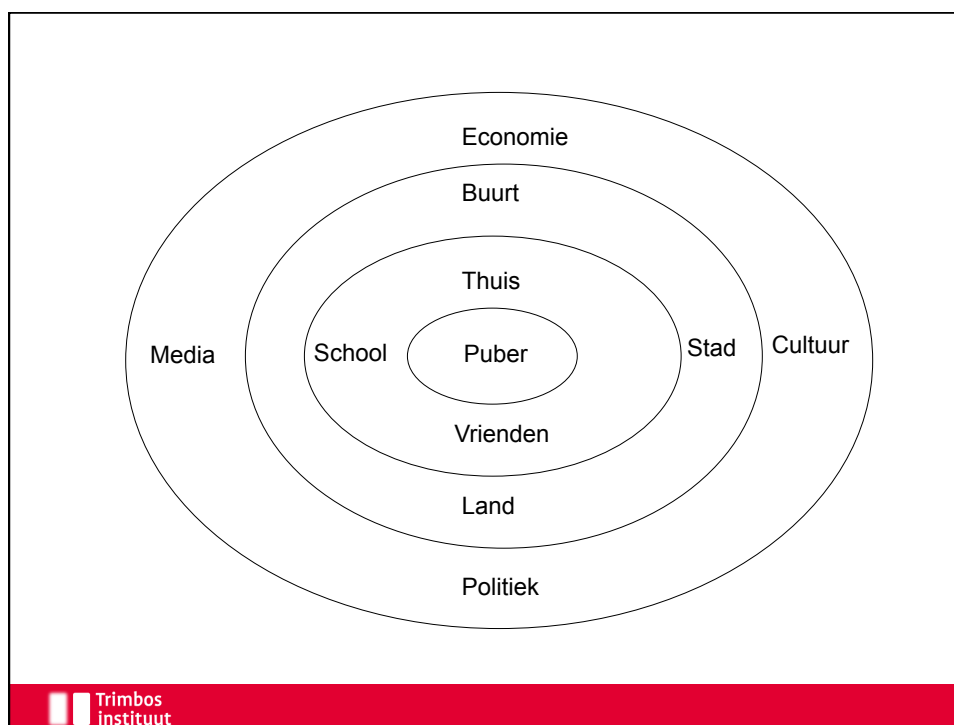
- Voor kinderen zeer beperkt zowel thuis als buitenshuis
- Voor oudere adolescenten: minder beperkingen thuis, beperkt buitenshuis
- Voor 18+ nauwelijks beperkingen en een enorm aanbod tijdens uitgaan.

Aanbod alcoholvrij

- Enorm breed voor **thuisconsumptie**
- Veel **innovatie** (smoothies, gezondheidsdranken, dranken met weinig calorieën, alcoholvrij bier, alcoholarm bier, pimento, etc.)
- **Reguliere horeca**, breed en interessant aanbod (o.a. soorten koffie, muntthee, verse sappen)
- **Uitgaanshoreca**: aanbod minder breed en minder interessant voor jongeren (alcohol dominant)
- **Feesten/studentenverenigingen**: aanbod minder breed en minder interessant voor jongeren (alcohol dominant)

Is het drinken van alcohol een volledig vrije keuze?

- Jongeren raken gedurende de puberteit steeds **meer** geïnteresseerd in alcoholhoudende dranken en **minder** in alcoholvrije dranken
- Aanbod alcoholvrij is in het algemeen breed en innovatief
- Voor uitgaande jongeren is het aanbod alcoholhoudende dranken minder interessant en wordt het aanbod sterk gedomineerd door alcoholhoudende dranken
- Sociale druk onder jongeren om alcohol te drinken
- De **keuze** sterk in het voordeel van alcohol



Het drinken van alcohol is een:

intentioneel gedrag, dat maatschappelijk positief wordt gewaardeerd, voor een deel wordt bepaald door genetische factoren, automatismen en groepsgedrag en dat door de omgeving nauwelijks wordt beperkt maar eerder wordt aangemoedigd.

Preventie-instrumenten

- Wet- en regelgeving (o.a. DHW)
- Voorlichting en educatie
- Omgevingsinterventies (o.a. beperken beschikbaarheid)
- Vroegsignalering/screening

Effective alcohol prevention*

- Taxes on alcohol/price policy (+++)
- Restrict the availability (+++)
- Increase age limits to sell alcohol in combination with enforcement (+++)
- Random traffic controles (+++)
- Restrict advertising and marketing (++)
- Screening and brief interventions for hazardous and harmful drinkers (+++)

* Anderson & Baumberg (2006)

Effectiviteit alcoholpreventie

- Meeste effect op 'public health-niveau' van beleidsmaatregelen en omgevingsinterventies die de beschikbaarheid beperken (thuis en buitenshuis).
- Op individueel niveau het meeste effect te verwachten van geïndiceerde en selectieve preventie. Versterking van weerbaarheid en sociaal emotionele vaardigheden.
- Voorlichting is noodzakelijk en vaak een voorwaarde. Kan helpen om draagvlak te creëren en de norm te veranderen.

Leeftijdsgrens naar 18 jaar

Een potentieel zeer effectieve
beleidsmaatregel

Waarom ophoging naar 18 jaar?

- Voor sterk alcoholhoudende drank bestond de leeftijdsgrens van 18 al!! (verhoogd risico op alcoholmisbruik)
- Ongecontroleerd drinken van jongeren, ook met zwak alcoholhoudende drank.
- Nieuwe kennis over hersenschade en verslaving op latere leeftijd
- Eén verkoopgrens voor alle alcoholhoudende dranken. Geen verschil meer tussen zwak en sterk alcoholhoudende dranken
- ***Alcoholgebruik van jongeren zo lang mogelijk uitstellen***

Alcoholpreventie en controle

- Zelfcontrole
- Sociale of informele controle
- Formele controle

Preventie is vooral effectief als er ook wordt ingezet op versterken van informele en formele controle.

NIX18

versterken van informele controle

- Informatiecampagne vanuit de overheid om veranderingen van wetgeving te begeleiden
- Normcampagne
 - Niet alles is bij wet te regelen.
 - Sociale normen zijn krachtige beïnvloeders van gedrag

Staatssecretaris van Rijn:

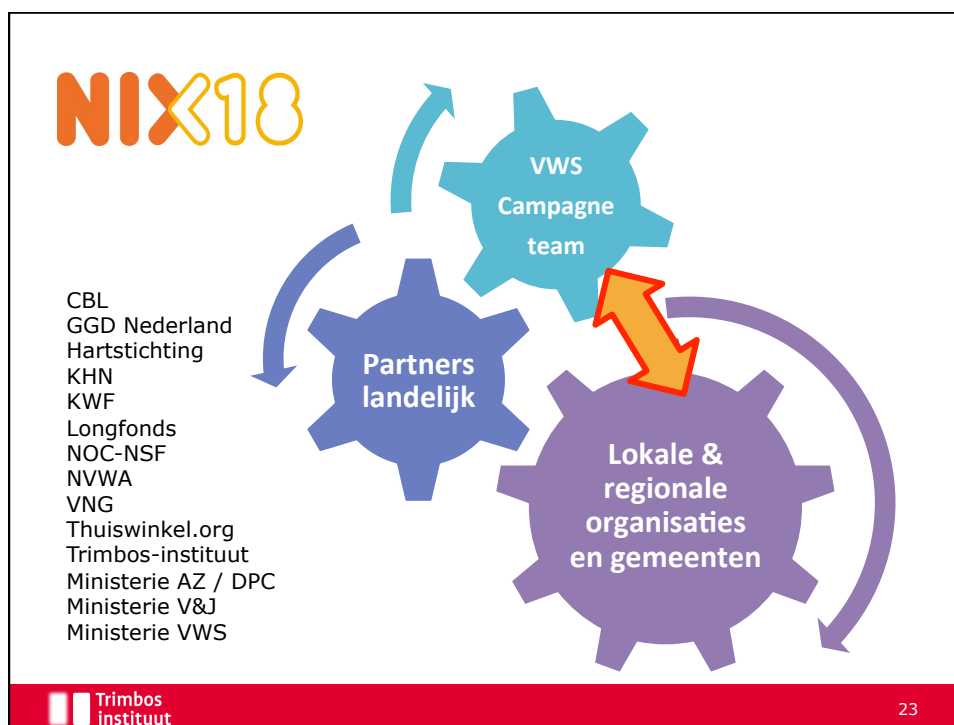
‘Niet roken en drinken tot je 18e moet de sociale norm worden.’

NIX18

Strategie normcampagne NIX18

- NIX18 in samenwerking met **alle partners** die invloed hebben op het alcoholgebruik van jongeren: gezamenlijke verantwoordelijkheid
- Massamediale ondersteuning voor sociale norm (bereik/draagvlak)
- Eenheid met verscheidenheid
Sociale norm vertalen naar regio, wijk en schoolgerichte actie





Doelgroepen normcampagne

- Eigenlijk iedereen, maar in het bijzonder mensen die invloed hebben op rook- en drinkgedrag van jongeren
- ouders, familie, verkopers, supermarkten, sportverenigingen, horeca

Media en middelen

- Tv en radio
- Digitale toolkit met
 - middelen voor sportkantines en horeca
 - voor verkooppunten/supermarkten
- Advertenties
- Middelen bij evenementen (frisfeesten, schoolfeesten, festivals)

Start campagne

- Landelijk: 18 november 2013
- Trimbos-instituut ondersteunt bij de lokale implementatie van de campagne o.a. via:
nieuwe materialen, helpdesk, nieuwsbrieven,
landelijke bijeenkomsten



Toolkit voor regionale implementatie

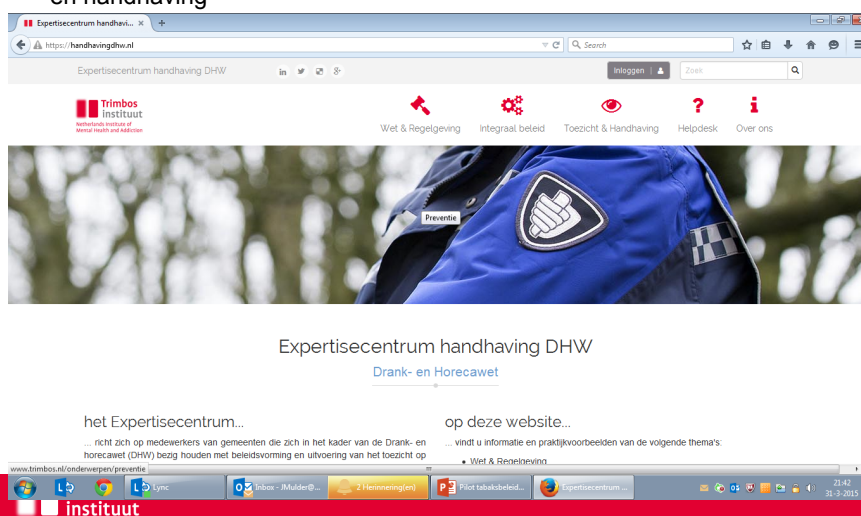
- Campagneplanner
- Huisstijl/logo
- Informatie over de landelijke campagne/persberichten/PR
- Advertorials
- Wetenschappelijke onderbouwing
- Drinkadvies
- Flyer voor ouders
- Basisteksten voor websites/Voorbeeldbrieven
 - ouders
 - onderwijs
 - sportverenigingen
 - horeca
- Deurstickers
- Veelgestelde vragen
- Boeken/websites

Extra inzet Trimbos op:

- Oplevering en implementatie diverse handleidingen
(Maklukzat, IkPas, HD, Inspiratiesheet evenementen etc)
- Vernieuwing naar 18jaar.nl website voor professionals
- NIX18-inpassing in integraal lokaal beleid
 - afstemming met expertisecentrum handhaving DHW
 - uitgaan: materiaal horeca en BOA's en uitgaande jongeren
 - cursus DHW voor toezichthouders (via landelijke aanbieder ROC)
 - contact Landelijke Vereniging Toezichthouders
 - presentatie materiaal etc. op studiebijeenkomst/congres medio september



www.handhavingdhw.nl u kunt zich via de website aanmelden voor het besloten gedeelte met o.a. praktische info over toezicht en handhaving











Scanner

Preventie- en Handhavingsplan

In dit infosheet vindt u informatie over de SCANNER: het instrument om de doelstellingen en activiteiten in uw gemeentelijke Preventie- en Handhavingsplan te evalueren en herijken. De Scanner geeft u in korte tijd inzicht in de lokale problematiek en biedt concrete aanknopingspunten voor huidige of nog te vormen beleidsplannen.




31

Toch ook zorgen

- Jongeren blijven gemotiveerd om alcohol te drinken
- Naarmate legaal drinken moeilijker wordt, bestaat de kans dat het drinken 'ondergronds' gaat - -> hokken en keten

Lokaal beleid:

- Ontmoedigen thuisdrinken en voorkomen van *ondergronds* drinken
- Aantrekkelijker maken van alcoholvrij uitgaan

Nudging:

Alcoholvrij uitgaan een zetje geven



Happy Drinks

- Samenwerking tussen Pierre Wind en het Trimbos-instituut
- Gestart in het kader van leefstijlcampagnes van het Trimbos-instituut (positieve alcoholpreventie).
- Nieuwe categorie: geen fris, geen alcohol maar alcoholvrij met een kick!!
- Doelen:
 - Het **imago** van alcoholvrije dranken voor uitgaande jongeren spannender maken
 - Het **aanbod/beschikbaarheid** van alcoholvrije dranken voor uitgaande/feestende jongeren vergroten (horeca/schoolfeesten/sport/evenementen/thuis)
 - De **keuze** voor alcoholvrij interessanter maken

Happy Drinks Toolkit

- Website www.happydrinks.nl
- Facebookpagina Happy Drinks
- Receptenboek Happy Drinks
- Lesbrieven voor scholen
 - Hoe organiseer ik een Happy Drinks schoolfeest?
 - De kunst van het Happy Drinks shaken
 - Maak je eigen Happy Drink
 - Receptenkaarten voor leerlingen
- DVD Cursus Happy Drinks
- Masterclass voor de Horeca
- Happy Drinks shaketeam (in samenwerking met Dazzling Cocktails)

Pinkpop 2011, 2012 en 2014



Trimbos
instituut

37

Horecavakonderwijs

- Samenwerking met uitgeverij Edu'actief
- Leerlijn *Tendens*
 - VMBO: sociale hygiëne
 - MBO: handboek gastheer/gastvrouw
 - HBO: horeca management
- Training docenten: ***Ontdek de kick van Happy Drinks***

<http://www.edu-actief.nl/training-en-diensten/2475-ontdek-de-kick-van-happy-drinks.html>



Trimbos
instituut

38

Bedieningswedstrijd VSHO (2013, 2014 en 2015)

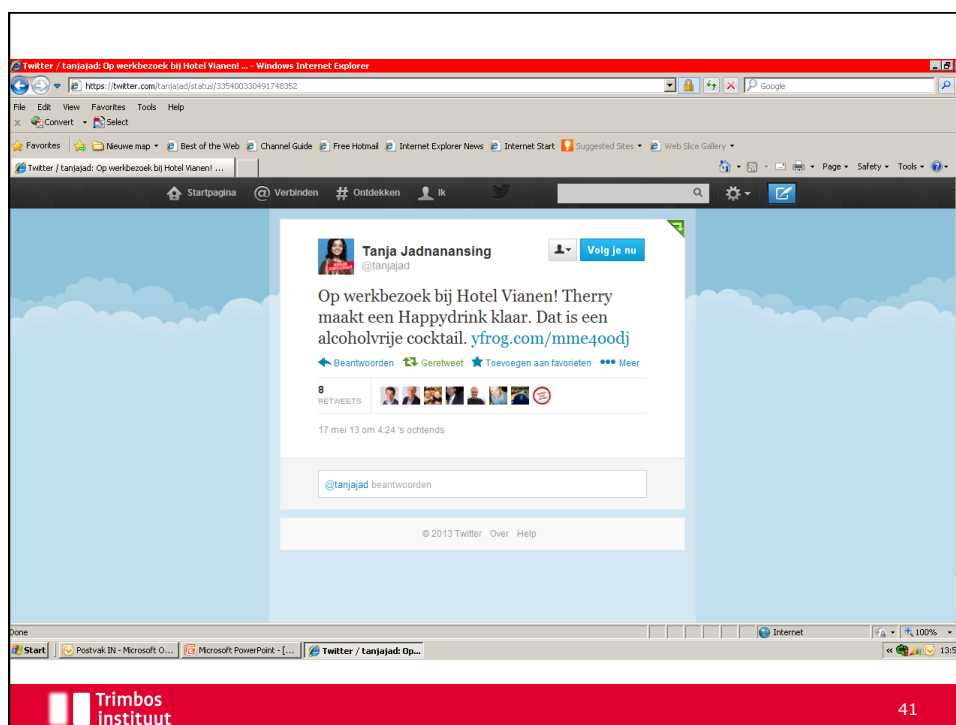
VSHO: De Stichting Vereniging van Scholen met een Horeca-Opleiding



Lokale samenwerking

- Gemeente Utrecht
- ROC Midden Nederland Horeca & Travel
- Hotel Vianen/Van der Valk





Alcoholvrije nudges

- Aanbieden van trainingen aan lokale horeca
- Faciliteren alcoholvrij tijdens studenten introductieperiodes
- Faciliteren van alcoholvrije jongerencafés (Mas-Mas, Gozeroprocent)
- Aanbieden van een masterclass Pierre Wind

Damn Yo



Contact

Dr. Lex Lemmers

Trimbos-instituut

030 29 59 345

llemmers@trimbos.nl

Postbus 725

3500 AS Utrecht

