



Persbericht

Den Haag, 6 februari 2007

Reclameverbod zal alcoholmisbruik onder jongeren niet oplossen.

STIVA wijst het voorstel in het regeerakkoord af om reclame voor alcohol op radio en televisie tot 21.00 uur te verbieden. Het is vooral een symbolische maatregel. Want een relatie tussen reclame en het drinkgedrag van jongeren in Nederland is nooit echt vastgesteld.

De woordvoerder van de ChristenUnie vroeg onlangs bij de begrotingsbehandeling van VWS nog om een onderzoek naar een mogelijke relatie tussen alcoholreclame en het drinkgedrag van jongeren. Dat onderzoek is door de Minister ook toegezegd, maar kennelijk is men niet geïnteresseerd in de uitkomsten daarvan. Dat bevestigt het vermoeden dat het hier vooral om symboolpolitiek gaat.

Het voorstel gaat daarnaast voorbij aan hetgeen de sector zelf al via zelfregulering geregeld heeft. De alcoholbranche steunt het streven om het niet drinken onder de 16 weer maatschappelijke norm te maken. Al jaren heeft zij in de reclamecode geregeld dat bedrijven zich nooit mogen richten op minderjarigen. Reclame mag inhoudelijk niet gericht zijn op minderjarigen en mag niet worden uitgezonden als het publiek voor meer dan 25% bestaat uit jongeren onder de 18, ongeacht het tijdstip waarop het programma wordt uitgezonden. Deze regel is veel fijnmaziger en wordt niet of nauwelijks overtreden door adverteerders. Bovendien bleek uit recent onderzoek¹ dat 66% van de Nederlanders dit een goede regeling vindt. De minister van VWS gaf bij zijn laatste beoordeling van de zelfregulering ook aan dat deze werkt.

STIVA betreurt het dat in het regeerakkoord gekozen is voor een eenvoudig verbod en niet extra wordt geïnvesteerd in structurele preventieve maatregelen zoals opvoedingsondersteuning aan ouders en jongeren en in handhaving. Wie het niet drinken onder de 16 weer norm wil maken, moet zorgen dat jongeren onder de 16 thuis geen alcohol krijgen aangeboden. En dat jongeren die toch alcohol kopen aanspreekbaar worden op dat gedrag. Dat die strafbaarstelling niet is opgenomen in dit regeerakkoord is een gemiste kans en bevestigt het vermoeden dat vooral is gekozen voor symbolische maatregelen in plaats een aanpak die het probleem aanpakt..

Einde persbericht.

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie
Ingrid van Engelshoven, 070-3142480/06-41766599

¹ Gepubliceerd in Adformatie van 11 januari 2007