



# Een onderzoek naar en sensibilisering van alcoholgebruik en regelgeving bij minderjarigen en verkooppunten in Mechelen

Een kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar de problemen  
door, gevolgen en aanpak van en oplossingen voor  
alcoholgebruik

De Brabandere Mathieu  
Wahabzada Sadat Ali Said

---

Eindwerk tot het bekomen van de graad van  
**Bachelor in de Maatschappelijke Veiligheid**





# Een onderzoek naar en sensibilisering van alcoholgebruik en regelgeving bij minderjarigen en verkooppunten in Mechelen

Een kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar de problemen  
door, gevolgen en aanpak van en oplossingen voor  
alcoholgebruik

De Brabandere Mathieu  
Wahabzada Sadat Ali Said

---

Eindwerk tot het bekomen van de graad van  
**Bachelor in de Maatschappelijke Veiligheid**

ACADEMIEJAAR 2015-2016  
**KATHOLIEKE HOGESCHOOL VIVES STUDIEGEBIED SOCIAAL – AGOGISCH WERK**

## **SAMENVATTING**

---

Uit een steekproef bleek dat minderjarige jongeren in Mechelse handelszaken, heel vaak zonder problemen alcohol konden verkrijgen. Op basis van deze gegevens kregen wij de opdracht van de preventiedienst van deze stad minderjarigen te sensibiliseren voor de gevaren en gevolgen van alcoholmisbruik.

Onze hoofddoelstelling is dan ook het sensibiliseren van jongeren tussen 13 en 17 jaar in Mechelen, waarbij we ook de verkooppunten meer bewust willen maken van de wetgeving en de gevaren van alcohol. Ook willen wij, aan de hand van vooraf bepaalde criteria, bepalen welke sensibiliseringsactie het meeste effect heeft.

Onze bachelorproef is opgebouwd vanuit de centrale onderzoeksvraag: "Hoe kunnen we jongeren en verkooppunten in Mechelen sensibiliseren omtrent alcoholconsumptie en verkoop van alcohol?"

Onze onderzoeksvraag splitsen we verder op in een aantal deelvragen.

In ons eerste hoofdstuk stellen we de probleemstelling voor, met de daarbij horende doelstellingen en onderzoeksvragen. We stellen het plan van aanpak voor en de opbouw van ons eindwerk.

Vervolgens zoomen we in het tweede hoofdstuk, via literatuuronderzoek, in op alcohol en alcoholgebruik, gaan we de wetgeving na en sluiten af met good practices en sensibilisering.

In hoofdstuk drie voeren we ons empirisch onderzoek, waarbij we het onderzoeksopzet en de onderzoeksresultaten bespreken.

In het vierde hoofdstuk komen we a.d.h.v. de literatuurstudie en empirisch onderzoek tot de conclusie en discussie. Hierbij geven we ook de beperkingen van het onderzoek aan.

In het vijfde onderdeel stellen we ons praktijkinstrument voor, onder de vorm van concrete aanbevelingen en stellen we een educatief spel voor. Tot slot ronden we af met een algemeen besluit, onze geraadpleegde bronnen en relevante bijlagen.

Ons gehanteerd onderzoeksopzet bevat twee luiken. In het kwantitatieve gedeelte maken we gebruik van een klassikale schriftelijk enquête. Hierbij bevragen we jongeren tussen 13 en 17 jaar die school lopen in Mechelen en dit uit de studierichtingen TSO en BSO. In het kwalitatieve gedeelte gaat het om respectievelijk een kwalitatieve bevraging van verkooppunten en een studie van bestaande good practices.

Uit de resultaten van het onderzoek komt naar voor dat het heel belangrijk blijft om minderjarige jongeren en verkooppunten te gaan sensibiliseren. We

merken dat de door ons bevroegde verkooppunten niet zo goed op de hoogte zijn van de wetgeving aangaande alcoholverkoop. Slechts de helft van de respondenten kende de correcte reglementering. Verder geven ze aan dat ze de wetgeving correct toepassen. Uit de onderzoeksresultaten van de enquête blijkt dat het vooral de leerlingen uit de tweede graad van het secundair zijn die gesensibiliseerd dienen te worden. Belemmeringen in het onderzoek waren vooral het niet meewerken van de scholen en de verkooppunten. Een tekortkoming was dat we geen leerlingen uit de ASO richting konden bevragen.

Als eindresultaat stellen we ons praktijkinstrument voor. Als eerste instrument brengen we onze algemene aanbevelingen over aan de stad Mechelen.

Als tweede instrument bedachten we het alcohol "in-zicht" spel. Dit is een educatief spel dat zich vooral richt naar leerlingen van de tweede graad van het secundair onderwijs. We willen dat jongeren op een speelse manier bewuster leren omgaan met alcohol.

# Inhoudstafel

<b>Inhoudstafel</b> .....	
<b>Voorwoord</b> .....	
<b>Lijst met afkortingen</b> .....	
<b>1 INLEIDING</b> .....	<b>1</b>
1.1 PROBLEEMSTELLING .....	1
1.1.1 <i>Aanleiding</i> .....	1
1.1.2 <i>Doelstelling</i> .....	3
1.1.3 <i>Onderzoeksvragen</i> .....	4
1.2 PLAN VAN AANPAK .....	5
1.3 OPBOUW VAN HET EINDWERK .....	5
<b>2 LITERATUURSTUDIE</b> .....	<b>6</b>
2.1 ALCOHOL & ALCOHOLGEBRUIK .....	6
2.1.1 <i>Wat is alcohol?</i> .....	6
2.1.2 <i>Effecten van alcohol</i> .....	7
2.1.3 <i>Soorten alcoholgebruik</i> .....	9
2.1.3.1 Niet problematisch alcoholgebruik .....	9
2.1.3.2 Problematisch alcoholgebruik .....	9
2.1.3.3 Overmatig of excessief drinken .....	10
2.1.3.4 Probleemdrinken of alcoholmisbruik .....	10
2.1.3.5 Alcoholafhankelijkheid of alcoholverslaving .....	10
2.1.3.6 Binge drinking en comazuipen .....	11
2.1.4 <i>Gevolgen alcoholgebruik algemeen &amp; op jonge leeftijd</i> .....	11
2.1.4.1 Algemene gevolgen op korte termijn.....	12
2.1.4.2 Algemene gevolgen op lange termijn.....	12
2.1.4.3 Gevolgen specifiek bij minderjarigen .....	13
2.1.4.4 Nadelige gevolgen van het drinken van alcohol voor jongeren .....	14
2.1.4.5 Tolerantie .....	15
2.1.4.6 Waarom iedereen anders reageert op alcohol .....	15
2.1.4.7 Waarom is het belangrijk dat jongeren niet te vroeg starten met het drinken van alcohol? .....	15
2.1.5 <i>Factoren die alcoholgebruik bij jongeren beïnvloeden</i> .....	16
2.1.5.1 Factor “vriendengroep” .....	16
2.1.5.2 Factor “gezinscontext” .....	17
2.1.5.3 Factor “reclame” .....	17
2.1.5.4 Factor “betaalbaarheid van alcohol” .....	18
2.1.5.5 Factor “verkrijgbaarheid van alcohol” .....	19
2.1.5.6 Factor “religie” .....	19
2.1.5.7 Factor “erfelijkheid” .....	20
2.1.6 <i>Verschillen naar geslacht, leeftijd en studieniveau</i> .....	20
2.1.6.1 Geslacht.....	20
2.1.6.2 Leeftijd .....	21
2.1.6.3 Studieniveau.....	24
2.1.7 <i>Algemene cijfers</i> .....	24

2.1.7.1	Onderzoek VAD .....	24
2.1.7.2	Onderzoek UZA .....	27
2.1.7.3	Onderzoek Universiteit Gent.....	28
2.2	WETGEVING .....	31
2.2.1	<i>Algemeen</i> .....	31
2.2.2	<i>Wet Vandervelde</i> .....	32
2.2.3	<i>Wetswijziging 31 december 2009</i> .....	32
2.2.4	<i>Wet beteugeling van de dronkenschap</i> .....	33
2.2.5	<i>Regelgeving alcoholmarketing België</i> .....	33
2.2.5.1	Wettelijke regelgeving .....	34
2.2.5.2	Niet-wettelijke regelgeving .....	34
2.2.6	<i>Controle op het verkoopverbod van alcohol aan jongeren</i> .....	34
2.3	GOOD PRACTICES & SENSIBILISERING .....	35
2.3.1	<i>Wat is een good practice?</i> .....	35
2.3.2	<i>Wat is sensibiliseren?</i> .....	36
2.3.3	<i>Methodes van sensibiliseren?</i> .....	36
2.3.4	<i>Kenmerken van een sensibiliseringscampagne</i> .....	37
2.3.5	<i>Preventie</i> .....	37
2.3.6	<i>Methode ter controle naleving wet verkooppunten</i> .....	39
<b>3</b>	<b>EMPIRISCH ONDERZOEK .....</b>	<b>40</b>
3.1	ONDERZOEKSOPZET .....	40
3.1.1	<i>Kwantitatief onderzoek</i> .....	40
3.1.1.1	Populatie .....	40
3.1.1.2	Steekproef.....	41
3.1.1.3	Kenmerken doelgroep en factoren die een rol spelen .....	42
3.1.1.4	Methode.....	42
3.1.1.5	Dataverzamelingsinstrument .....	43
3.1.2	<i>Kwalitatief onderzoek</i> .....	43
3.1.2.1	Populatie .....	44
3.1.2.2	Steekproef.....	44
3.1.2.3	Methode.....	44
3.1.2.4	Dataverzamelingsinstrument .....	45
3.2	ONDERZOEKRESULTATEN .....	47
3.2.1	<i>Enquête</i> .....	47
3.2.2	<i>Interviews</i> .....	58
3.2.3	<i>Good practices</i> .....	64
3.2.3.1	Campagne 1: Begin niet te vroeg, -16 geen alcohol, -18 geen sterkedrank .....	64
3.2.3.2	Campagne 2: Ken je maat! .....	65
3.2.3.3	Campagne 3: Hou kinderen alcoholvrij .....	65
3.2.3.4	Campagne 4: Geniet, maar ga er niet over.....	65
<b>4</b>	<b>CONCLUSIE EN DISCUSSIE .....</b>	<b>68</b>
4.1	CONCLUSIE .....	68
4.2	DISCUSSIE.....	73
4.2.1	<i>Jongeren</i> .....	73
4.2.2	<i>Verkooppunten</i> .....	77
4.2.3	<i>Good practices</i> .....	78

4.2.4	Samenvatting discussie.....	78
4.2.5	Beperkingen van het onderzoek .....	79
<b>5</b>	<b>INSTRUMENT.....</b>	<b>80</b>
5.1	AANBEVELINGEN.....	80
5.1.1	Algemene aanbevelingen .....	80
5.1.2	Aanbevelingen specifiek voor de verkooppunten .....	80
5.1.3	Aanbevelingen gericht naar scholen/ouders .....	82
5.1.4	Aanbevelingen voor leerlingen .....	82
5.2	ALCOHOL "IN-ZICHT" SPEL .....	83
5.2.1	Inhoud van de doos.....	83
5.2.2	Spelverloop .....	84
5.2.3	Doelstellingen .....	84
<b>6</b>	<b>BESLUIT .....</b>	<b>85</b>
<b>7</b>	<b>BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>86</b>
<b>8</b>	<b>BIJLAGEN .....</b>	<b>1</b>
8.1	BIJLAGE 1: LIJST SECONDAIRE SCHOLEN IN MECHELEN .....	2
8.2	BIJLAGE 2: ENQUÊTE.....	3
8.3	BIJLAGE 3: INTERVIEWSCHEMA .....	13
8.4	BIJLAGE 4: ZELFKLEVER.....	16
8.5	BIJLAGE 5: BARBRIEFING.....	17
8.6	BIJLAGE 6: FOTO'S VAN AFFICHES/POSTKAARTEN.....	18
8.7	BIJLAGE 7: HANDLEIDING ALCOHOL "IN-ZICHT" SPEL .....	19

## Lijst met tabellen en grafieken

Tabel 1:	Millimeters per glas/alcoholpercentages/aantal grammen/ aantal standaardglazen .....	7
Tabel 2:	Effecten van het alcoholpercentage in stijgende lijn. ....	8
Tabel 3:	Richtlijnen alcoholgebruik voor volwassenen. ....	9
Tabel 4:	Alcoholgebruik naar leeftijd.....	21
Tabel 5:	Prevalentie van dronkenschap.....	23
Tabel 6:	Prevalentie van binge drinking .....	23
Tabel 7:	Prevalentie van alcoholgebruik.....	25
Tabel 8:	Alcoholgebruik naar leeftijd.....	25
Tabel 9:	Prevalentie van dronkenschap en binge drinking .....	26
Tabel 10:	Alcoholgebruik naar geslacht .....	26
Tabel 11:	Alcoholgebruik naar onderwijsvorm .....	27
Tabel 12:	Maximaal aantal glazen per dag.....	47
Tabel 13:	Zes glazen of meer per gelegenheid .....	48
Tabel 14:	Redenen voor het drinken van alcohol.....	48
Tabel 15:	Andere redenen voor het drinken van alcohol.....	49
Tabel 16:	Hoogste diploma moeder/hoe vaak drink je alcohol .....	49
Tabel 17:	Hoogste diploma vader/hoe vaak drink je alcohol .....	50



<i>Tabel 18: Lidmaatschap jeugdhuis/hoe vaak drink je alcohol</i> .....	50
<i>Tabel 19: Lidmaatschap sportclub/hoe vaak drink je alcohol</i> .....	50
<i>Tabel 20: Lidmaatschap jeugdbeweging/hoe vaak drink je alcohol</i> .....	50
<i>Tabel 21: Religie/hoe vaak drink je alcohol</i> .....	51
<i>Tabel 22: Leeftijd/hoe vaak drink je alcohol</i> .....	51
<i>Tabel 23: Geslacht/hoe vaak drink je alcohol</i> .....	52
<i>Tabel 24: Studieniveau/hoe vaak drink je alcohol</i> .....	52
<i>Tabel 25: Risico's op korte termijn</i> .....	53
<i>Tabel 26: Mogelijke situaties nadat je gedronken hebt</i> .....	53
<i>Tabel 27: Kennis van de wetgeving</i> .....	54
<i>Tabel 28: Meningen over het feit dat verkooppunten naar leeftijd mogen vragen</i> .....	55
<i>Tabel 29: Toepassingen van de wet</i> .....	55
<i>Tabel 30: Leeftijd/supermarkt</i> .....	56
<i>Tabel 31: Leeftijd/café</i> .....	56
<i>Tabel 32: Leeftijd/tankstation</i> .....	57
<i>Tabel 33: Leeftijd/nachtwinkel</i> .....	57
<i>Grafiek 1: Aantal glazen alcohol in de week voordien</i> .....	22
<i>Grafiek 2: Regelmatig gebruik van verschillende soorten alcohol</i> .....	22
<i>Grafiek 3: Evolutie beginleeftijd alcohol</i> .....	26
<i>Grafiek 4: Percentage alcoholconsumptie in de laatste 30 dagen naar leeftijd en geslacht</i> .....	28
<i>Grafiek 5: Percentage alcoholconsumptie naar opleiding en geslacht</i> .....	29
<i>Grafiek 6: Percentage wekelijkse bierconsumptie naar leeftijd en geslacht</i> .....	29
<i>Grafiek 7: Percentage wekelijkse bierconsumptie naar opleiding en geslacht</i> .....	30

# Voorwoord

Na een periode van intensief samenwerken vormt onze bachelorproef het sluitstuk van de driejarige bacheloropleiding Maatschappelijke Veiligheid. Het in de praktijk brengen van de in onze studie opgedane kennis was een hele uitdaging. Het was een leerzaam, soms lastig, een niet te onderschatten maar vooral heel interessant proces.

Wij willen een aantal mensen bedanken die ons hielpen bij het realiseren van deze bachelorproef. Allereerst bedanken bij onze opdrachtgever de heer Werner Van Herle, preventieambtenaar van de stad Mechelen, die ons een uitdagende opdracht aanbood. We konden steeds op zijn hulp en medewerking rekenen wanneer dit nodig bleek te zijn.

Verder bedanken wij onze bachelorproefbegeleider, de heer Bram Lembrechts voor de begeleiding en tips die hij ons gaf tijdens het schrijven. Tevens richten wij een dankwoord aan mevrouw Caroline Neckebroeck en mevrouw Famke Deprins, docenten aan de Katholieke Hogeschool Vives te Kortrijk. Aan de hand van duidelijke workshops, tips en opbouwende kritiek gaven zij duidelijke sturing aan ons schrijfproces.

Vervolgens bedanken wij de scholen en verkooppunten die hun toestemming verleenden voor het afnemen van de enquête of interview.

Tot slot willen wij alle externe lezers bedanken die ons op de een of andere manier hielpen bij het tot stand brengen van onze bachelorproef. Hierbij een speciaal dankwoord aan mevrouw Anja Uyttenhove en mevrouw Jo Delodder. Wij vergeten ook onze ouders niet en bedanken hen voor hun grenzeloos geduld en ondersteuning gedurende onze studies.

## Lijst met afkortingen

<b>BS</b>	Belgisch Staatsblad
<b>C.G.G.</b>	Centrum Geestelijke Gezondheidszorg
<b>CLB</b>	Centrum voor Leerlingenbegeleiding
<b>FOD</b>	Federale Overheidsdienst
<b>GN – codes</b>	Codes van de gecombineerde nomenclatuur
<b>SES – indicatoren</b>	Sociaal economische status - indicatoren
<b>SOA</b>	seksueel overdraagbare aandoening
<b>UZA</b>	Universitair Ziekenhuis Antwerpen
<b>VAD</b>	Vereniging van Alcohol en Drugsverslaving

# 1 Inleiding

"Elke week 45 jongeren in het ziekenhuis door comazuipen" kopte Het Laatste Nieuws op 10 februari 2015 (*Het Laatste Nieuws*, 2015). Meer en meer minderjarige jongeren belanden in het ziekenhuis door alcoholintoxicatie. Het hoeft niet gezegd te worden dat alcoholgebruik bij minderjarigen een actueel thema is. We leven in een maatschappij waarbij alcohol heel goed ingeburgerd is bij de bevolking. In het kader van onze geïntegreerde bachelorproef kregen wij van de afdeling Preventie en Veiligheid van de stad Mechelen de kans om een onderzoek te doen naar het alcoholgebruik bij Mechelse jongeren. We proberen hierbij een zicht te krijgen op de mate waarin verkooppunten het verbod op verkoop van alcohol aan minderjarigen negeren. De stad Mechelen wil het overmatig alcoholgebruik bij deze jongeren grondiger aanpakken. Om dit te bereiken richten we ons in samenspraak met de stad Mechelen niet enkel op de jongeren, maar ook op de verkooppunten van de stad.

## 1.1 Probleemstelling

### 1.1.1 Aanleiding

Op 31 december 2009 verscheen in het Belgische Staatsblad (BS) de *Wet houdende diverse bepalingen inzake de gezondheid*.

Daarin staat:

"Het is verboden om alcohol te verkopen, te schenken of aan te bieden aan min 16-jarigen. Met alcohol bedoelt men alle alcoholhoudende dranken van meer dan 0.5% vol. o.a. bier, wijn, .... Sterke drank mag men niet verkopen, schenken of aanbieden aan min 18-jarigen (cf. bestaande wetgeving). Van elke persoon die alcohol/sterke drank wil kopen mag gevraagd worden zijn leeftijd aan te tonen" (BS, 31 december 2009).

De Universiteit van Antwerpen kwam tot de conclusie dat duizend jongeren tussen twaalf en zeventien jaar in het ziekenhuis werden opgenomen met een alcoholintoxicatie, of 32 per 10.000 minderjarigen ieder jaar (UZA, 2013).

In 2009 werd de wet veranderd voor het alcoholgebruik van min 16-jarigen en min 18-jarigen. Ondanks die wet blijven de problemen stijgen. Verschillende onderzoeken van Universiteit Gent, Universitair Ziekenhuis Gent, Universitair Ziekenhuis van Antwerpen (UZA), Vereniging van Alcohol en Drugsverslaving (VAD), ... tonen dit aan. Omdat de meeste studies blijven wijzen op problematisch alcoholgebruik en - misbruik door jongeren is er dus een andere aanpak nodig, zoals bewustmaken en sensibiliseren van gebruikers en verkopers.

Minderjarige jongeren moeten zich meer bewust worden van de gevaren van drinken op jonge leeftijd en de mogelijke gevolgen van overmatig alcoholmisbruik. Niet alleen de jongeren, ook de verkopers van drank moeten zich meer bewust worden van de gevaren en de wetgeving. De regelgeving moet niet enkel gekend zijn, maar moet ook toegepast worden, met andere woorden: de huidige wetgeving wordt onvoldoende nageleefd.

Zo organiseerde stad Mechelen in samenwerking met de VAD een actie betreffende de verkoop van alcohol aan minderjarigen. De eerste fase van deze actie betrof een sensibiliseringsactie waarbij alle handelaars de wetgeving rond alcoholverkoop aan minderjarigen ontvingen (Möbius, 2015).

In een tweede fase van de actie namen drie jongeren tussen 15 en 16 jaar, gecoördineerd door de dienst Preventie en Veiligheid, een steekproef in 58 Mechelse detailhandelszaken. Het resultaat was dat de jongeren in 45 (78%) van de 58 handelszaken die ze hadden bezocht, zonder probleem alcohol konden verkrijgen. Er werd vastgesteld dat er alcohol verkocht werd, ongeacht het type winkel, de leeftijd van de jongere en de soort drank. Opvallend was dat drie van deze verkopen plaatsvonden nadat de kassamedewerker de jongere vroeg of ze de wettelijke leeftijd om alcohol te kopen hadden bereikt. Deze monitoring maakt duidelijk dat de wetgeving betreffende de verkoop van alcoholhoudende dranken niet goed wordt nageleefd.

In fase drie kregen alle handelaars een brief met de resultaten van het onderzoek. Hierbij werd de anonimiteit en de privacy van de bezochte winkels gewaarborgd.

Op basis van deze bevindingen kregen wij opdracht van de Preventiedienst van de stad Mechelen om minderjarigen te sensibiliseren voor de gevaren en gevolgen van alcoholgebruik-misbruik. Het doel is de jongeren te ontraden om te veel alcohol te consumeren en te leren verstandig met alcohol om te gaan. Tot slot wil Mechelen de verkooppunten sensibiliseren om de regelgeving na te leven.

### **1.1.2 Doelstelling**

Onze hoofddoelstelling is het sensibiliseren van minderjarige jongeren tussen 13 en 17 jaar in de stad Mechelen. Om deze doelstelling te realiseren is het noodzakelijk om deze problematiek goed in kaart te brengen. Dit zullen we doen aan de hand van een kwantitatieve bevraging van de schoolgaande jeugd in Mechelen in de vorm van een enquête.

We willen ook de verkooppunten (tankstations, nachtwinkels, supermarkten en horecazaken) meer bewust maken van de wetgeving omtrent de verkoop van alcohol bij minderjarigen. Enerzijds willen we de verkooppunten laten inzien welke schadelijke effecten alcoholmisbruik bij jongeren hebben. Anderzijds willen we hen ook confronteren met de strafrechtelijke gevolgen van alcoholverkoop aan minderjarigen zoals een boete of sluiting van de zaak. We zullen dit doen aan de hand van een kwalitatieve bevraging, diepte-interviews om zo te weten te komen waarom ze alcohol verkopen aan minderjarigen ondanks de boetes die er bestaan.

Als subdoelstelling willen wij een vergelijking maken met andere good practices. Op die manier zullen wij, aan de hand van vooraf bepaalde criteria, bepalen welke sensibiliseringsactie het meeste effect heeft.

### **1.1.3 Onderzoeksvragen**

Om bovenstaande doelstellingen te realiseren pogen we een antwoord te formuleren op onderstaande onderzoeksvragen.

De centrale vraag luidt: "Hoe kunnen we jongeren en verkooppunten in Mechelen sensibiliseren omtrent alcoholconsumptie en verkoop van alcohol?"

Om een duidelijk antwoord te kunnen geven op de centrale onderzoeksvraag splitsen we deze verder op in deel- en onderzoeksvragen:

"Wanneer spreken we van alcoholgebruik en alcoholmisbruik?"

"Waarom drinken jongeren alcohol?"

"Welke invloed hebben verschillende factoren (omgevingsfactoren, religie, leeftijd, geslacht en studieniveau) bij alcoholconsumptie?"

"Wat zijn de effecten van alcohol op zowel lichaam als geest bij jongeren?"

"Zijn jongeren voldoende op de hoogte van de wetgeving omtrent de verkoop en aankoop van alcohol en welke gevaren alcohol met zich meebrengt?"

- Welke houding hebben jongeren t.o.v. de wetgeving?

"Zijn verkopers voldoende op de hoogte van de wetgeving omtrent de verkoop van alcohol aan minderjarigen?"

- Welke kennis hebben verkopers van de wetgeving omtrent verkoop van alcohol?
- Welke kennis hebben de verkooppunten op de straffen die gelden op de verkoop van alcohol aan minderjarigen?
- Hebben de verkooppunten ooit de wet overtreden?
- Hoe staan ze tegenover de wetgeving?

"Op welke manier kunnen we jongeren en verkooppunten nog beter gaan sensibiliseren?"

- Welke elementen dragen bij aan een effectieve sensibiliseringscampagne, d.w.z. een campagne die aanslaat & resulteert in gedragsverandering van de beoogde doelgroep (+ illustratie a.d.h.v. voorbeelden)
- Op welke manier gaan verkooppunten om met het sensibiliseren van jongeren?
- Wat kunnen we verbeteren aan de huidige sensibilisering in Mechelen na evaluatie van de huidige maatregelen?
- Welke elementen van een goede sensibilisering zijn toepasbaar op onze eigen aanbevelingen?

Deze vragen zullen aan de hand van de literatuurstudie en ons onderzoek beantwoord worden doorheen deze bachelorproef.

## **1.2 Plan van aanpak**

Via een literatuurstudie pogen we inzicht te verwerven in het gebruik van alcohol door minderjarigen en hun houding t.a.v. alcohol en de bijhorende wetgeving. Vervolgens voeren we een empirisch onderzoek om op de onderzoeksvragen te kunnen antwoorden.

Aan de hand van een enquête bevragen we de minderjarige jongeren (13-17 jaar) die school lopen in Mechelen. Daarnaast voeren we een kwalitatieve bevraging aan de hand van diepte-interviews bij verkooppunten van alcohol in Mechelen. We maken tevens een studie van bestaande good practices, om vervolgens af te sluiten met ons praktijkinstrument waarbij we onze eigen aanbevelingen voor beide doelgroepen voorstellen. Daarnaast stellen wij ook het alcohol "in-zicht" spel voor.

## **1.3 Opbouw van het eindwerk**

Deze bachelorproef bestaat uit vijf onderdelen. Het eerste onderdeel betreft een literatuurstudie waarin we dieper ingaan op alcoholgebruik, wetgeving en good practices. Het tweede onderdeel omvat ons empirisch onderzoek, waar we het onderzoeksopzet en de resultaten verkregen uit ons kwantitatief en kwalitatief onderzoek gaan bespreken. In het derde onderdeel zullen we a.d.h.v. de literatuurstudie en empirisch onderzoek tot conclusies en discussie komen. In het laatste onderdeel stellen we ons praktijkinstrument voor in de vorm van concrete aanbevelingen en stellen we een educatief spel voor bestemd voor de leerkrachten en leerlingen van de tweede graad van het secundair onderwijs van Mechelen. Daarna sluiten we af met ons algemeen besluit.



## 2 Literatuurstudie

Alcohol is een heel breed onderwerp. Daar er heel uitgebreid geschreven kan worden i.v.m. alcohol, gaan wij ons in onze literatuurstudie grotendeels beperken tot de thema's die het meest relevant zijn voor onze deel- en onderzoeksvragen.

### 2.1 Alcohol & alcoholgebruik

#### 2.1.1 *Wat is alcohol?*

Het woord 'alcohol' kent vele namen, het komt voort uit het Arabische woord 'al-kuhl', wat 'het allerfijnste extract of poeder' betekent (Stofferis, 2008).

Alcohol, ethanol of ethylalcohol is een natuurlijk product dat ontstaat bij de fermentatie van suikers door gisten. Bij deze fermentatie kan er maximaal een alcoholpercentage van 15% bereikt worden, hogere percentages kunnen enkel door destillatie verkregen worden (van der Ploeg, 2007).

Alcoholische dranken maken al duizenden jaren deel uit van onze menselijke beschaving. De oude Egyptenaren hadden verwijzingen naar alcohol in de hiërogliefen. In India dronken ze 3000 jaar voor Christus 'Sura', een drank gedestilleerd uit rijst. Ook de verschillende goden, (Bacchus, god van de wijn, Dionysos de Griekse god van druiven, wijn en feesten) in de verschillende beschavingen zijn een verwijzing naar het gebruik van alcohol in die tijd. Door de oorlogen, overheersing en bezetting door andere culturen, werd alcohol maken en nuttigen verspreid over de ganse wereld (Drugfreeworld, z.d.).

Destillatie is een chemisch proces waarbij door het verhitten van alcoholische drank, de verdampte alcohol wordt opgevangen en terug gekoeld. Dit proces kan worden herhaald, zodat de drank een groter alcoholpercentage bevat (van der Ploeg, 2007). Alcoholische dranken die meer dan 15% alcohol bevatten worden sterke alcoholhoudende dranken genoemd, de andere zijn zwak alcoholhoudende dranken (Kerssemakers, Van Meerten, Noorlander & Vervaeke, 2008).

Er kunnen drie soorten alcoholische dranken onderscheiden worden: bieren, wijnen en gedestilleerde dranken. Alcoholhoudende dranken kunnen niet enkel puur maar ook aangelengd worden gedronken (met frisdrank, water,... ). Omdat deze mixdranken dikwijls een verschillend alcoholpercentage bevatten, is het voor jongeren vaak moeilijker om hun ingenomen hoeveelheid alcohol te bepalen.

Ook zijn de volumes niet altijd gelijk. Het is dus moeilijk in te schatten hoeveel alcohol een glas bevat. Zit er in een glas bier evenveel alcohol als in een jenever of een glas wijn? Algemeen kunnen we een standaardglas zien als een glas dat aan de soort drank is aangepast en 12 ml of 10 gram alcohol bevat. Elk standaardglas bevat in millimeters en in grammen ongeveer evenveel alcohol (Jellinek, 2016). In tabel 1 worden de aantal millimeters per glas, alcoholpercentages, aantal grammen en aantal standaardglazen weergegeven.

Tabel 1: Millimeters per glas/alcoholpercentages/aantal grammen/ aantal standaardglazen

	<b>ml per glas, blikje of fles</b>	<b>alcohol percentage</b>	<b>aantal ml alcohol</b>	<b>aantal grammen alcohol</b>	<b>aantal standaardglazen</b>
<b>Bierglas</b>	250	5%	12,5	10	1
<b>Bierflesje</b>	330	5%	16,5	13,2	1,3
<b>Bier 1/2 liter</b>	500	5%	25	20	2
<b>Wijnglas</b>	100	12%	12	9,6	1
<b>Wijnfles</b>	750	12%	90	72	7
<b>Port Glas</b>	60	20%	12	9,6	1
<b>Port fles</b>	750	20%	150	120	12
<b>Mixdrank/Flesje</b>	275	5,6%	15,4	12,32	1,2
<b>Shooter</b>	20	20%	4	3,2	0,3
<b>Glas sterke drank</b>	35	35%	12,25	9,8	1
<b>Fles sterke drank</b>	750	35%	262,5	210	21

Bron: Jellinek, 2016

### **2.1.2 Effecten van alcohol**

Na de consumptie van alcoholische dranken wordt alcohol opgenomen en afgebroken in ons lichaam of uitgescheiden. Alcohol wordt via onze slokdarm, maag en dunne darm in de bloedbaan opgenomen. Na ongeveer 10 minuten komt de alcohol in de hersenen terecht. Alcohol heeft een verdovend effect op ons centraal zenuwstelsel. Het centraal zenuwstelsel heeft 3 functies (Aben, z.d.):

- Het ontvangen van informatie uit onze omgeving en eigen lichaam via sensorische prikkels;
- Verwerken van deze info en koppelen aan reeds in het geheugen opgeslagen informatie;
- Verwerkte informatie gebruiken om spieren en organen te sturen

Wanneer alcohol een verdovend effect heeft op deze prikkels, worden de signalen minder goed doorgestuurd. De zenuwen worden minder actief, wat leidt tot een ontspannen gevoel. De aanmaak van dopamine wordt gestimuleerd door de opname van alcohol, welke zorgt voor het leuke gevoel na het drinken van alcohol (Kennisinstituut bier, z.d.). In tabel 2 worden de effecten van het alcoholpercentage (in het bloed) in stijgende lijn op het lichaam weergegeven.

Tabel 2: Effecten van het alcoholpercentage in stijgende lijn.

<b>Alcoholpercentage in het bloed</b>	<b>Aantal glazen</b>	<b>Effect</b>
0,5	2	Ontspannen, verhoogde hartslag, verminderd beoordelingsvermogen
1,0	4 à 5	Verminderd zicht, langere reactietijd, beweging minder gecontroleerd
2,0	8 à 10	Dubbel zien, verminderde motoriek
3,0	13 à 15	Verwarring, moeilijk reageren op prikkels, weet niet goed meer wat er gebeurt
4,0	16 à 20	Shock, slaap waaruit men moeilijk kan gewekt worden
5,0	20 à 25	Coma, hersenen kunnen hartslag en ademhaling niet meer controleren en kunnen uitvallen met de dood als gevolg

Bron: KU Leuven, z.d.

## **2.1.3 Soorten alcoholgebruik**

### *2.1.3.1 Niet problematisch alcoholgebruik*

Tot het niet-problematisch alcoholgebruik behoort het gematigd en verantwoord drinken. Alcohol wordt vaak bij een sociale aangelegenheid verbruikt. De persoon is in staat om zich te beheersen en het gebruik brengt geen of weinig problemen met zich mee (Roemer, 2001; De Donder & Lambrechts, 2002). Er bestaan dan ook criteria, richtlijnen i.v.m. alcoholgebruik. Indien deze norm overschreden wordt, kunnen er serieuze gezondheidsrisico's opduiken, gerelateerd aan het alcoholgebruik (British Medical Association, 1995). In tabel 3 worden de richtlijnen weergegeven i.v.m. alcoholgebruik voor volwassenen.

Tabel 3: Richtlijnen alcoholgebruik voor volwassenen.

	<b>Volwassen mannen</b>	<b>Volwassen vrouwen</b>
<b>Gemiddeld aantal standaardglazen per week</b>	21	14
<b>Maximum aantal standaardglazen per keer</b>	5	3
<b>Minimum aantal alcoholvrije dagen per week</b>	2	2

Bron: VAD, 2009.

Bij jongeren onder de 18 jaar zijn deze richtlijnen anders. Jongeren onder de 16 jaar mogen geen alcoholhoudende dranken gebruiken. Voor jongens tussen de 16 en 18 jaar is de richtlijn maximum twee standaardglazen per week, bij meisjes van dezelfde leeftijd spreekt men van één à twee glazen maximum per week. Jongeren tussen de 16 en de 18 jaar mogen niet meer dan twee dagen per week drinken en het mag geen wekelijkse gewoonte worden (VAD, 2009).

### *2.1.3.2 Problematisch alcoholgebruik*

De overgang van niet-problematisch alcoholgebruik naar problematisch alcoholgebruik gebeurt niet van de ene dag op de andere. Het is een geleidelijk proces (Alcoholhulp, z.d.).

Problematisch alcoholgebruik kan ingedeeld worden in vier types:

- overmatig of excessief drinken;
- probleemdrukken of alcoholmisbruik;

- alcoholafhankelijkheid of alcoholverslaving;
- 'binge drinking' & coma zuipen

### *2.1.3.3 Overmatig of excessief drinken*

Iemand die overmatig drinkt, drinkt meer alcohol dan goed is voor de gezondheid. Overmatig drinken kan een tijdelijk verschijnsel zijn, getriggerd door bepaalde omstandigheden en/of problemen, maar is niet essentieel. Dit tijdelijk overmatig drinken kan na enige tijd stoppen (Alcoholhulp, z.d.).

Het excessief drinken kan ook langere tijd aanhouden, waardoor de kans groeit dat er problemen zullen komen op lichamelijk, psychisch of sociaal vlak.

Overmatig drinken kan ook zeer beperkt voorkomen of zich beperken tot één keer, maar in ongepaste situaties. Zoals bijvoorbeeld in dronken toestand op kinderen passen, gevaarlijke machines bedienen, auto rijden,...

### *2.1.3.4 Probleemdrinken of alcoholmisbruik*

Kenmerkend is dat excessief drinken op termijn kan evolueren naar probleemdrinken. Er ontstaan duidelijk lichamelijke, psychische of sociale problemen die waarneembaar zijn voor de persoon zelf, maar waarbij men toch verder blijft overmatig drinken. Vaak ziet men deze manier van drinken als een manier van ontsnappen aan problemen en spanningen. Dit kan ook weer een tijdelijk verschijnsel zijn, maar kan ook uitgroeien tot een vaste gewoonte. Er wordt naar alcohol gegrepen als oplossing, het wegvluchten van problemen (Alcoholhulp, z.d.).

Hier kan er dus een vicieuze cirkel ontstaan. Het overmatig drinken leidt tot problemen, waarbij men terug en meer naar de fles grijpt, waardoor de problemen enkel groter worden.

### *2.1.3.5 Alcoholafhankelijkheid of alcoholverslaving*

Overmatig drinken en probleemdrinken kan uiteindelijk leiden tot een situatie, waarbij men in dagdagelijkse taken en situaties, alcohol nodig heeft om te kunnen functioneren. Hier spreken we van afhankelijkheid.

Er kan een psychische en/ of lichamelijke afhankelijkheid zijn van alcohol (SolutionS, z.d.).

- Psychisch: er ontwikkelt zich een onweerstaanbare drang naar alcohol
- Lichamelijk: er ontwikkelt zich een steeds hogere tolerantie t.a.v. alcohol

Bij een alcoholverslaving kan de persoon niet meer functioneren zonder alcohol. Het is geen keuze meer, maar het moet. De effecten van alcohol zijn anders, i.p.v. ontspanning en plezier te ervaren, komt de persoon snel in een verdovende roes terecht (Alcoholhulp, z.d.).

Bij de lichamelijke afhankelijkheid, treden ontwenningverschijnselen op: je blijft drinken om niet ziek te worden (beven, zweten, misselijkheid, onrustig, angst, verwardheid).

Naarmate de afhankelijkheid groeit, zal ook de tolerantie stijgen waardoor men terug meer alcohol moet opnemen om dezelfde effecten te verkrijgen.

### *2.1.3.6 Binge drinking en comazuipen*

De term 'binge drinking' is afkomstig uit de klinische setting om te refereren naar een periode van continu drinken, over verschillende dagen, door een persoon die alcoholafhankelijk is. De periode van binge drinking stopt enkel wanneer de drinker niet meer in staat is verder te drinken (VAD, 2009).

Buitensporig drinkgedrag brengt extra risico's met zich mee. Er zijn de acute gevolgen zoals afname van het denkvermogen, grotere kans op black-out en alcoholvergiftiging, acute leverschade en nierfalen door uitdroging. Er is ook een verhoging van de negatieve sociale gevolgen zoals het betrokken raken in een gevecht, te laat komen op school/ werk, ongepast gedrag, ...

Comazuipen kan als een extreme vorm van binge drinking aanzien worden. Men drinkt dan zoveel alcohol dat men bewusteloos of comateus raakt. Het is verontrustend wanneer comazuipen blijkt aan te slaan bij minderjarige jongeren. Mogelijke verklaringen zijn (Alcoholhulp, z.d.):

- Het zoeken van een kick: jongeren gaan een wedstrijdje met elkaar aan, met als doel zoveel mogelijk te drinken in korte tijd
- Voordrinken: een fles sterke drank wordt op voorhand in een snel tempo leeggedronken.
- Voorkeur voor sterke drank: vroeger dronken de jongeren veel bier of wijn. Nu zijn sterke dranken veel populairder bij de jeugd, met alle gevolgen vandien.
- "All you can drink-party's": feestjes waarbij voor een vaste prijs onbeperkt kan gedronken worden
- Onwetendheid: men gaat er van uit dat alcohol "onschuldig" is.

### **2.1.4 Gevolgen alcoholgebruik algemeen & op jonge leeftijd**

Het veelvuldig drinken van alcohol brengt heel wat problemen met zich mee. In wat volgt gaan we na wat de gevolgen zijn van alcoholgebruik op lange en korte

termijn. We bekijken eerst de algemene gevolgen, daarna wordt er specifiek ingezoomd op de gevolgen van drinken op jonge leeftijd.

#### *2.1.4.1 Algemene gevolgen op korte termijn*

We kunnen al spreken van schade op korte termijn bij een eenmalig alcohol gebruik. Deze effecten op korte termijn kunnen niet enkel een effect hebben op het individu, maar ook op familie, vrienden en andere leden van de maatschappij (Alcoholthinkagain, z.d.).

Het eerste effect van alcohol vindt plaats in de hersenen. De eerste effecten zijn een gevoel van relaxatie en verlies van remmingen. Maar hoe meer iemand drinkt, hoe meer gevoelens en gedrag er worden beïnvloed. Wanneer iemand te veel alcohol drinkt, worden de effecten groter en minder aangenaam: men gaat zich slaperig voelen, zijn evenwicht verliezen, onduidelijk spreken, misselijk zijn, maar mogelijks ook het bewustzijn verliezen en moeilijk ademen. Zo treedt in extreme gevallen zelfs de dood op.

Onrechtstreekse effecten en gevolgen van alcoholgebruik zijn:

- Anti- sociaal gedrag;
- Conflict, geweld, vechten;
- Letsel door vallen, ongevallen, auto-accident,...;
- Onbeschermd en ongewenste seksuele ontmoetingen;
- Problemen met vrienden en familie

Hoe meer iemand drinkt, hoe hoger het alcohol percentage in het bloed. Een hoger percentage heeft dan ook weer een stijgend effect op de risico's en gevaren.

#### *2.1.4.2 Algemene gevolgen op lange termijn*

Op lange termijn kan alcoholconsumptie grote gevolgen hebben voor de gezondheid. Alcohol gerelateerde ziektes en een slechte algemene gezondheid worden vaak geassocieerd met 'zwaar drinken'. De risico's op problemen op lange termijn stijgen echter al vanaf een consumptie hoger dan twee standaardglazen per dag (Alcoholthinkagain, z.d.).

Regelmatig alcoholgebruik kan de oorzaak zijn van lange termijnschade aan het lichaam. Deze schade kan afkomstig zijn van een eenmalige drinkgelegenheid zoals: een auto-ongeval, botbreuken bij een val, geweld, brandwonden, vergiftiging, werkongevallen,...

Maar de schade kan ook veroorzaakt worden door langdurig normaal/dagelijks alcoholgebruik. Mogelijke problemen zijn:

- Kanker: darm, borst, mond, lever
- leverziekten
- cardiovasculaire aandoeningen
- beroerte
- afhankelijkheid
- mentale problemen

Hieronder willen we wat dieper inzoomen op de effecten van alcoholgebruik op de lever.

### Alcohol en leverziekten

Alcohol wordt traag afgebroken in de lever, de lever produceert enzymen die de alcohol afbreken. Daarbij wordt acetaldehyde gevormd, een stof die nog toxischer is dan alcohol en vernietigt de cellen in de lever. Acetaldehyde wordt ook afgebroken tot een niet-toxisch product. Maar wanneer er grote hoeveelheden alcohol opgenomen worden, kan dit niet allemaal naar een niet-toxische vorm afgebroken worden. Dus bij grote opname van alcohol staan de levercellen onder stress en kan de structuur en functie van de levercellen verstoord worden. Dit kan leiden tot: 'Fatty liver', alcoholische hepatitis, leverfibrose, levercirrose en/of leverkanker (Alcoholthinkagain, z.d.).

Een lichtpuntje: de levercellen hebben de fantastische eigenschap om te regenereren, dit wil zeggen dat wanneer er geen alcohol meer gedronken wordt en de stress op de cellen dus wegvalt, de lever in de meeste gevallen terug kan herstellen.

#### *2.1.4.3 Gevolgen specifiek bij minderjarigen*

Verschillende studies tonen aan dat drinken op jonge leeftijd de risico's op ongevallen verhoogt. Wie vóór de leeftijd van 15 jaar drinkt, heeft 6 keer meer kans heeft op alcoholverslaving dan volwassenen, die pas op 21 jaar beginnen drinken. Andere gevaren zijn risicovol seksueel gedrag, slechte schoolresultaten en verhoogd risico op zelfmoord en doodslag (Centres for Disease Control and Prevention, z.d.).

Wat ook opvalt, is dat jonge mensen andere drinkgewoontes hebben dan de oudere generatie. Jongeren drinken weinig tijdens de week, maar als ze drinken dan is het soms erg veel (binge drinken). Zo wordt een cultuur gecreëerd waar excessieve consumptie van alcohol aangemoedigd wordt (Institute of Alcohol Studies, 2013).



Jongeren zijn over het algemeen kleiner en lichter dan volwassenen. Bij een gelijke alcoholinname hebben ze daarom een hoger alcoholpercentage in het bloed. Jongeren zijn dan ook sneller dronken. De hersenen, het zenuwstelsel en de organen zijn ook kwetsbaarder voor de schadelijke inwerking van alcohol. Het lichaam is immers nog in een groeifase. Daarbij is de lever ook kleiner, dus blijft alcohol langer in het lichaam en gebeurt de verwerking veel trager dan bij een volwassene. Tot slot speelt ook het geslacht een rol. Meisjes zouden sneller en sterker onder invloed zijn dan jongens (Alcoholhulp, z.d.).

#### *2.1.4.4 Nadelige gevolgen van het drinken van alcohol voor jongeren*

Nadelige gevolgen van het drinken van alcohol op jonge leeftijd zijn (Institute of Alcohol Studies, z.d.):

- Verlies van eetlust, gewichtsverlies, eczema, hoofdpijn, slaapstoornissen;
- Meest voorkomende gevolgen van alcoholvergiftiging: misselijkheid en coma;
- Leverziektes op jonge leeftijd;
- Grotere kans op ongeval in het verkeer;
- Verhoogde kans op geweld, vechten, verwondingen;
- Verhoogd gevoel van depressie;
- Alcoholmisbruik in de adolescentie (dus tijdens een belangrijke tijd voor de ontwikkeling van de hersenen) vormt een bijzonder gevaar voor het langetermijngeheugen;
- Er is een relatie tussen alcoholgebruik in de adolescentie en psychische problemen;
- Alcoholgebruik 's avonds kan de schoolse prestaties de volgende dag beïnvloeden;
- Alcoholgebruik kan op korte termijn een nadelig effect hebben op de leerprestaties;
- Verhoogde kans op onbeschermd seks, tienerzwangerschappen, SOA's.

#### **Opmerkingen**

- Er zijn associaties tussen alcoholgebruik en het daaropvolgende gedrag met collega's en vrienden. Overmatig alcoholgebruik kan het moeilijk maken om vriendschappen te onderhouden;
- Adolescenten zijn waarschijnlijk kwetsbaarder dan volwassenen voor subtiele hersenbeschadiging en langdurige cognitieve tekorten na blootstelling aan alcohol.

#### *2.1.4.5 Tolerantie*

Alcohol wordt door ons lichaam aanzien als een drug, een giftige stof die het lichaam eigenlijk zo snel mogelijk weg wil. Door de voortdurende, herhaalde opname van alcohol, zal ons lichaam zich aanpassen. Er is dan een hogere hoeveelheid alcohol nodig om hetzelfde effect te bereiken, wat men tolerantie noemt (Jellinek, 2013).

Dit betekent dus dat je meer en meer alcohol moet gebruiken om hetzelfde effect te bereiken. Als je bv. aanvankelijk twee glazen nodig had om een ontspannen gevoel te hebben, heb je na enige tijd meer alcohol nodig om hetzelfde gevoel te ervaren.

Ook bestaat er gedragstolerantie waarbij de gebruiker weet welke effecten hij kan verwachten, waardoor hij zal compenseren, bijvoorbeeld door extra oplettend te zijn.

#### *2.1.4.6 Waarom iedereen anders reageert op alcohol*

De individuele reactie op alcohol varieert en wordt beïnvloed door verschillende factoren (Centres for Disease Control and Prevention, z.d.), namelijk:

- Leeftijd;
- Geslacht;
- Race of etniciteit;
- Fysieke conditie (gewicht, fitheid,...);
- Hoeveelheid voedsel opgenomen voor het drinken;
- Snelheid van drinken;
- Gebruik van geneesmiddelen of drugs;
- ...

#### *2.1.4.7 Waarom is het belangrijk dat jongeren niet te vroeg starten met het drinken van alcohol?*

De Druglijn (z.d.), geeft aan dat het belangrijk is om het eerste glas zo lang mogelijk uit te stellen. Alcohol is namelijk schadelijk zowel voor de lichamelijke als voor de geestelijke ontwikkeling van een kind. Aangezien de hersenen van kinderen en jongeren nog volop in ontwikkeling zijn, kan door regelmatig en/of overmatig alcoholgebruik de groei verstoord worden. Alcohol schaadt de ontwikkeling van de hersenen. Ook kan het leiden tot leerproblemen en een verminderd geheugen.

Ook zijn jongeren vatbaarder voor de effecten van alcohol dan volwassenen, dit omdat ze kleiner zijn. Ze wegen ook minder en de lever is het niet gewoon alcohol af te breken. De effecten van alcohol zijn daardoor sterker voelbaar.

Ook beschikken jongeren nog niet over de sociale vaardigheden om probleemsituaties de baas te kunnen. Onder invloed van alcohol worden dikwijls verkeerde beslissingen genomen.

Bovendien blijkt dat hoe vroeger een jongere start met het drinken van alcohol, hoe reëler de kans op drankproblemen op latere leeftijd. 40% van de kinderen die voor hun 13 jaar regelmatig alcohol drinken, ontwikkelen later een alcoholprobleem. De kans om later afhankelijk te zijn van alcohol is dus groot.

Hieruit kunnen we afleiden dat het wel degelijk belangrijk is dat jongeren niet te vroeg starten met alcoholgebruik.

### ***2.1.5 Factoren die alcoholgebruik bij jongeren beïnvloeden***

Er zijn verschillende redenen waarom jongeren starten met het drinken van alcohol. Zo zouden risicofactoren voor alcoholgebruik in te delen zijn in persoonsgebonden factoren en omgevingsfactoren (Kuunders & Van Laar, 2009). In dit luik zoomen we dieper in op enkele omgevingsfactoren die ons het belangrijkste lijken voor ons onderzoek. Verder bekijken we welke invloed de persoonsgebonden factor "erfelijkheid" heeft.

#### *2.1.5.1 Factor "vriendengroep"*

Op jonge leeftijd drinken is voor de huidige generatie heel gewoon geworden. De leeftijd waarop jongeren reeds starten met het drinken van alcohol schommelt tussen elf en dertien jaar. Hierbij zou de groepsdruk een belangrijke rol spelen. In gezelschap van leeftijdgenoten en vrienden, lijken jongeren sneller geneigd om mee te gaan drinken. Ze willen er bij horen en zich identificeren met hun vrienden, de zogenaamde "peer group" (Kohnstamm, 2009).

Tijdens de adolescentie spelen vrienden een essentiële rol. Jongeren doen er alles aan om aan de normen van hun vriendengroep te voldoen. Uit bovenstaand onderzoek is gebleken dat er een behoorlijk sterk verband is tussen het gedrag van jongeren en hun vrienden.

Uit onderzoek van Schuit en Schrijvers (2010), blijkt dat de tijd die jongeren met hun vrienden doorbrengen zeer belangrijk is in het geval van middelengebruik. Als jongeren veel vrije tijd spenderen met vrienden die drinken, is het risico groot dat zij ook vroeg zullen starten met het drinken van alcohol. Jongeren vertoeven veel van hun vrije tijd op plaatsen zoals bars, discotheken en feestjes. Op die plaatsen zijn signalen van drinken en roken sterk aanwezig. Dit kan ervoor zorgen dat de jongere ook begint te drinken of te roken. Op die plaatsen

is de kans groot dat er nieuwe vrienden gemaakt worden, die ook drinken of roken.

Vrienden hebben niet enkel een slechte invloed op de jongeren. De invloed kan ook positief zijn. Vrienden heb je nodig om sociale vaardigheden en je zelfbeeld te ontwikkelen. Jongeren vinden de juiste identiteit via goede vrienden.

Vrienden die positief ingesteld zijn kunnen andere jongeren aanzetten om het positief gedrag over te nemen. Door regelmatige contact te hebben met positief ingestelde jongeren kan gedragsverandering gecreëerd worden. Gedragsveranderingen kunnen verklaard worden door de kenmerken van vriendschap (Cleveland, Feinberg & Jones, 2012). Positieve ingestelde vrienden die gezond willen leven, stimuleren om ook gezond te leven. Daarnaast creëren ze een goed gevoel van zelfwaarde (WHO, 2012).

We kunnen hieruit opmaken dat de vriendengroep waarin de jongere zich bevindt toch wel enige invloed heeft, dit zowel in positieve als in negatieve zin.

#### *2.1.5.2 Factor "gezinscontext"*

Ouders worden verondersteld een voorbeeld te zijn voor hun kinderen.

Het gedrag van de ouders speelt een significante rol. Als ouders luchtig omgaan met alcoholgebruik, als alcohol als "normaal" ervaren wordt en thuis altijd beschikbaar is, heeft dit een effect op de manier waarop hun kinderen later omgaan met alcohol. Kinderen van ouders met een alcoholproblematiek zouden een risicogroep vormen (De Hoop, z.d.).

Uit een literatuuronderzoek van Coolen-Perednia (z.d.) blijkt dat wanneer jongeren opgroeien in een gezin met één of twee alcoholistische ouders zij veel kans maken om later zelf alcoholist te worden, een "alcoholistische" partner uitzoeken, maar ook emotionele en psychosociale problemen ontwikkelen. Het is dus belangrijk dat ouders hun ouderrol op een verantwoordelijke manier op zich nemen.

#### *2.1.5.3 Factor "reclame"*

Reclame wordt gebruikt om de sociale normen rond alcohol te beïnvloeden en het bevordert de normalisatie van drinken in de samenleving. Ook hiervoor zijn jongeren bijzonder gevoelig (De Donder, 2014).

Alcoholmarketing is de verzamelnaam voor de manier waarop met de markt gecommuniceerd wordt, waarmee een boodschap, product, dienst, onderneming of project in de markt gezet wordt (Desmyttere Marketingadvies, 2014).

Onder marketing vallen de marketingstrategie en de marketingacties (waaronder reclame). Alcohol wordt vooral gepromoot op radio en televisie, maar wordt ook via sponsoring gelinkt met culturele en sportieve activiteiten. Bv. het biermerk "Jupiler" wordt gepromoot via het voetbal. Als mensen het biermerk "Jupiler" zien, dan denken ze direct aan voetbal en mannen (De Donder, 2014).

Jongeren zijn pro-alcohol door televisiereclame, sport- en evenementensponsoring, merchandising, aanwezigheid op internet, elektronische communicatie en reclame in verkooppunten. We kunnen stellen dat alcoholmarketing altijd aanwezig is in de leefwereld van jongeren. Daarbij is het zelfs niet noodzakelijk dat alcoholproducten zich specifiek op deze doelgroep richten. Door de verleidelijke verpakking van alcoholische dranken, door reclame op televisie en sociale media enz. worden jongeren sowieso bereikt. Maar het nadeel is, dat door een overdaad aan alcoholreclame de jongeren om verschillende redenen kwetsbaar worden.

Volgens De Donder (2014) vergroot reclame de kans dat een deel van de jongeren begint met drinken of, indien ze al drinken, de kans bestaat dat ze meer gaan drinken.

We kunnen hieruit besluiten dat reclame een impact heeft op het alcoholgebruik bij jongeren. Reclame vergroot de kans dat sommige jongeren starten met drinken of dat ze meer gaan drinken.

#### *2.1.5.4 Factor "betaalbaarheid van alcohol"*

Diverse onderzoeken hebben aangetoond dat de prijs van alcohol een belangrijke factor is voor de mate van de alcoholconsumptie (Babor et al., 2003).

Hierna volgen enkele conclusies uit onderzoeken i.v.m. effect van prijs, minimumprijs en accijnzen van o.a. de universiteit van Sheffield, het Ministerie van Volksgezondheid van het Verenigd Koninkrijk, en de Europese commissie (Rabinovich et al., 2009).

- Er is bewezen dat prijs- en accijnsverhoging (mits doorgetrokken naar de consument) een significant effect hebben op het verminderen van de vraag naar alcohol;
- Jonge drinkers, binge drinkers en schadelijke drinkers neigen naar het kopen van goedkopere alcohol;
- Invoeren van een minimumprijs ( in de horeca en supermarkt) vermindert de consumptie van goedkopere drank;
- Verhoging van de prijs zal vooral de risicodrinker treffen, de matige drinkers zullen dit amper voelen

Dus naarmate alcohol betaalbaarder wordt, neemt de consumptie toe. Naarmate de consumptie toeneemt, neemt de schade toe.

Bijvoorbeeld: een fuif met pintjes aan 1 euro, zal aanzetten tot meer drinken.

#### *2.1.5.5 Factor "verkrijgbaarheid van alcohol"*

Onderzoek naar de verkrijgbaarheid van alcohol toont aan dat ook deze factor een belangrijke rol speelt. Alcohol is dan ook overal te vinden: thuis, op café, in het jeugdhuis, in de vereniging, in de supermarkt, in de nachtwinkel,... Dit maakt de drempel om alcohol te consumeren erg laag. Ook de openingsuren van de verkooppunten zouden een invloed hebben (O Hearst et al., 2007; Anderson & Baumberg, 2006; Bellis et al., 2007; Babor et al., 2003)

Het feit dat jongeren denken dat alcoholische dranken moeilijk verkrijgbaar zijn, kan leiden tot minder alcoholgebruik. (Knibbe et al., 2005).

#### *2.1.5.6 Factor "religie"*

Zijn er verschillen in alcoholgebruik naar etniciteit?

In bepaalde religies is alcohol niet toegestaan. Een voorbeeld van een religieuze groepering die het gebruik van alcohol afkeurt is de Islam. In een boek van Sajidah Abdus Sattar wordt beschreven welke zaken een moslim mag eten en drinken. Dit zijn de spijswetten van de Islam. Onder de spijswetten staat geschreven dat moslims geen alcohol mogen innemen. Alcoholische dranken zijn dus verboden. Daarnaast zijn alle substanties die de geestestoestand beïnvloeden en verslavend zijn, ook verboden. Zelfs wanneer een kleine hoeveelheid geproefd wordt, ben je verkeerd bezig. Al deze zaken zijn verboden omdat het onreine en verboden producten zijn (Sajidah-Abdus, S., 2003).

Toch houden sommige moslims zich niet aan dit verbod. Uit een masterproef van Maarten van 't Hof (2013), is gebleken dat Marokkaanse jongeren over het algemeen minder drinken dan onze noorderburen, de Nederlandse jongeren.

Uit zijn onderzoek bleek dat Nederlandse meisjes meer drinken dan de Marokkaanse en Turkse meisjes. Turkse meisjes zouden het minst vaak alcohol drinken. Voor de totale onderzoeksgroep werd een significant verschil gevonden tussen het aantal jongens dat drinkt en het aantal meisjes dat drinkt. Er drinken significant meer Nederlandse jongens dan Nederlandse meisjes. Bij Marokkaanse jongeren werden echter geen sekseverschillen gevonden in het drinkgedrag. Onder de Turkse jongeren waren er ook significant meer jongens dan meisjes die dronken.

Uit de literatuur blijkt dat de cultuur waaruit iemand komt een rol kan spelen of bepalend kan zijn in het alcoholgebruik. Jongeren met een islamitische achtergrond worden verondersteld minder alcohol te drinken dan andere leeftijdsgenoten.

#### *2.1.5.7 Factor "erfelijkheid"*

Onderzoek wijst uit dat genetische aanleg ook een rol zou spelen bij alcoholverslaving. Alcoholafhankelijkheid op jonge leeftijd, wordt voor het grootste deel bepaald door genetische factoren. Sommige mensen zijn gevoeliger dan andere mensen op vlak van experimenteren met alcohol. Ook genetische aanleg zou een rol spelen bij een alcoholverslaving. Alcoholisme komt bijvoorbeeld vaak voor in bepaalde families. Uit een tweelingonderzoek is gebleken dat veel vormen van afhankelijkheid sterk door de genen verklaard worden. Gemiddeld genomen dragen erfelijke factoren zo'n 40-60% bij aan het risico op verslaving aan middelen (Clerkx, De Groot, Prins, 2011). Met andere woorden: sommige mensen hebben vanwege hun erfelijke aanleg een verhoogde kans om afhankelijk te worden.

### **Opmerking**

Volgende factoren zijn ook belangrijk, maar zullen we in deze bachelorproef niet verder bespreken: attitude, motieven, sociaal economische status, persoonlijkheid, psychische stoornissen,...

#### **2.1.6 Verschillen naar geslacht, leeftijd en studieniveau**

##### *2.1.6.1 Geslacht*

Jongens en meisjes drinken allebei alcohol. Toch komt uit onderzoek van de VAD voort dat jongens iets vaker en meer drinken dan meisjes.

De VAD, de organisatie die o.a. werkt rond het thema alcohol organiseert jaarlijks een leerlingenbevraging in het secundair onderwijs (bij leerlingen tussen 12 en 18 jaar) om zo een inzicht te krijgen op o.a. het alcoholgebruik- en misbruik bij jongeren. Secundaire scholen kunnen zich jaarlijks inschrijven om mee te werken aan dit onderzoek. De bevraging bezorgt niet enkel nuttige gegevens over de kennis van de jongeren betreffende de wetgeving. Er wordt ook gepeild naar de motieven voor het drinken van alcohol en naar de verschillen tussen jongens en meisjes, ...

Onderstaande resultaten komen uit de recente bevraging 2014-2015.

De cijfers laten zien dat het verschil in prevalentie van alcohol tussen jongens en meisjes niet zo groot is. Van de jongens gaf 61,2% aan het afgelopen jaar

alcohol gedronken te hebben tegenover 57,2% van de meisjes. Het verschil in frequentie is dan weer groter: 18,5 % van de jongens drinkt regelmatig alcohol, bij meisjes is dit 10,2%. Daartegenover staat wel dat meisjes hun eerste glas vroeger drinken dan jongens (14,2 jaar tegenover 14,5 jaar).

In de week voor de bevraging dronken bijna evenveel jongens als meisjes alcohol (29,1% tegenover 24,3%).

Verder geeft 31,4% van de jongens aan het voorbije jaar dronken te zijn geweest tegenover 24,2% meisjes. Uit het onderzoek blijkt tevens dat 35,5% van de jongens ooit aan bingedrinken heeft gedaan tegenover 34,0% meisjes. 18,3% van de jongens en 13,8% van de meisjes beweert zelfs maandelijks te bingedrinken (Melis, 2016)

### 2.1.6.2 Leeftijd

In het onderzoek werd ook onderzocht wat het alcoholgebruik naar leeftijd is. Hieronder volgen de bevindingen:

In tabel 4 bekijken we het alcoholgebruik naar leeftijd. We zien dat bij minder dan de helft van de 12-14-jarigen (41,4%) ooit alcohol gebruikte. De meerderheid (80,8%) van de 15-16-jarigen geeft toe ooit alcohol gedronken te hebben. Bij de 17-18-jarigen heeft 89,8% ooit alcohol gedronken en dronk 72,6% in de maand voor de bevraging. 34,9% van de 17-18-jarigen drinkt regelmatig alcohol. Het is opmerkelijk dat regelmatig alcoholgebruik bij 17-18 jarigen dubbel zo groot is dan de groep 15-16 jarigen.

Tabel 4: Alcoholgebruik naar leeftijd.

ALCOHOLGEBRUIK NAAR LEEFTIJD						
	nooit	ooit	laatste jaar	laatste maand	occasioneel	regelmatig
<b>12-14</b>	58,6%	41,4%	30,7%	13,3%	28,6%	1,8%
<b>15-16</b>	19,2%	80,8%	76,0%	57,2%	60,6%	15,2%
<b>17-18</b>	10,2%	89,8%	86,3%	72,6%	51,8%	34,9%

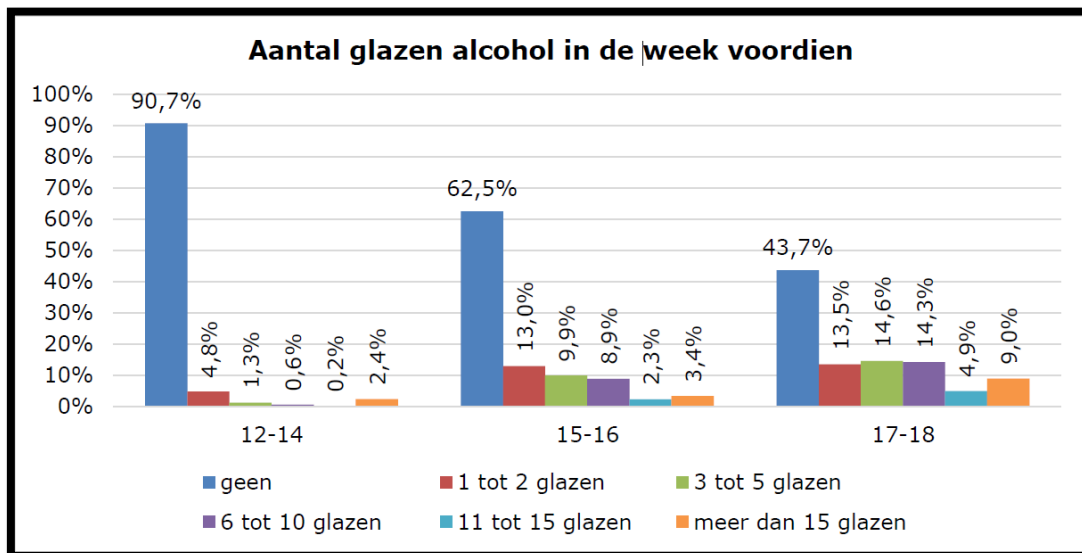
Bron: Melis, 2016.

In grafiek 1 bekijken we het aantal glazen alcohol in de week voordien. We zien dat de overgrote meerderheid (90,7%) van de 12-14-jarigen geen alcohol dronk in de week voor de bevraging. Bij de 17-18-jarigen kwam dat op 43,7 %. Bij het bestuderen van de twee oudste groepen zien we niet alleen dat meer jongeren in de week voordien alcohol hadden gedronken, maar ook dat 17-18-jarigen meer



glazen alcohol hadden gedronken dan 15-16-jarigen. Bij de 15-16-jarigen dronk 24,5% meer dan 2 glazen alcohol in die week en bij de 17-18-jarigen is dit 42,8%. 9,0% van de 17-18-jarigen gaf zelfs aan meer dan 15 glazen alcohol te hebben gedronken in de week voor de bevraging.

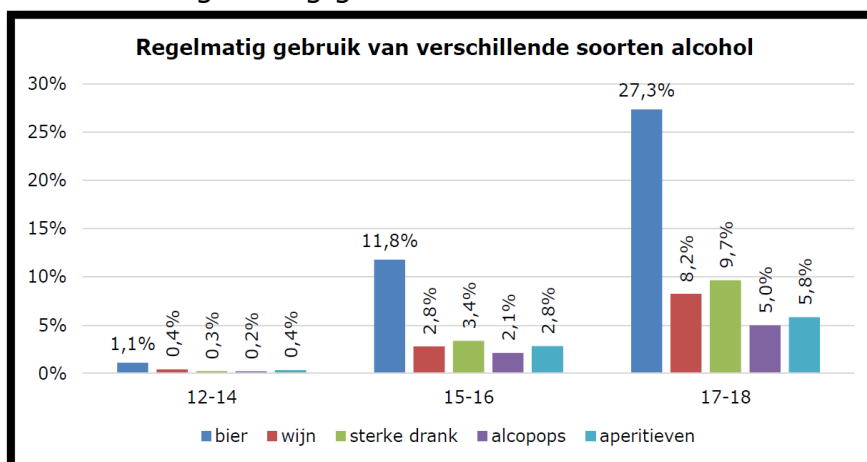
Grafiek 1: Aantal glazen alcohol in de week voordien



Bron: Melis, 2016

In grafiek 2 kunnen we het regelmatig gebruik van de verschillende soorten alcohol bekijken. We merken dat bij de jongste leeftijdscategorie (12-14 jaar) weinig alcohol wordt gedronken. De jongeren hebben een lichte aantrekking voor bier (1,1%). Bij de oudere leerlingen komt daar ook sterkedrank bij. Bier blijkt de populairste drank bij jongeren te zijn. 8,2% van de 17-18-jarigen drinkt ook regelmatig wijn en 9,7% drinkt regelmatig sterke drank.

Grafiek 2: Regelmatig gebruik van verschillende soorten alcohol



Bron: Melis, 2016

In tabel 5 bekijken we de prevalentie van dronkenschap (frequentie per leeftijdscategorie van dronkenschap bij jongeren).

Wat opvalt is hoe ouder een jongere is hoe meer dronkenschap er vastgesteld werd. Op het cijfermateriaal is te zien dat bij de 12 tot 14- jarigen 8,6% ooit dronken was (waarvan 4,9% nog het laatste jaar). Bij 15-16-jarigen loopt dit op tot 46,0% (waarvan 36,2% nog het laatste jaar) en bij 17-18-jarigen was 71,7% ooit dronken (waarvan 58,6% nog het laatste jaar). Evengoed zegt 0,3 % van de 12-14-jarigen regelmatig dronken te zijn geweest. Bij de 15-16 jarigen stijgt dit naar 1,9%. Bij de oudste groep is 6,1% regelmatig dronken.

Tabel 5: Prevalentie van dronkenschap

<b>PREVALENTIE VAN DRONKENSCHAP</b>			
	<b>ooit</b>	<b>laatste jaar</b>	<b>Regelmatig</b>
<b>12-14</b>	8,6%	4,9%	0,3%
<b>15-16</b>	46,0%	36,2%	1,9%
<b>17-18</b>	71,7%	58,6%	6,1%

Bron: Melis, 2016.

Uit het onderzoek naar binge drinking – zie tabel 6 - blijkt dat 7,6% van de 12-14-jarigen ooit aan binge drinking deed, net als 47,9% van de 15-16-jarigen en 66,9% van de 17-18-jarigen.

Bij de oudste groep jongeren geeft 34,4% aan maandelijks tot dagelijks te binge drinken.

Tabel 6: Prevalentie van binge drinking

<b>PREVALENTIE VAN BINGEDRINKING</b>			
	<b>nooit</b>	<b>Ooit tot minder dan maandelijks</b>	<b>maandelijks tot dagelijks</b>
<b>12-14</b>	92,4%	6,3%	1,3%
<b>15-16</b>	52,1%	27,9%	19,9%
<b>17-18</b>	33,1%	32,5%	34,4%

Bron: Melis, 2016.

### *2.1.6.3 Studieniveau*

In Vlaanderen zijn de secundaire scholen onderverdeeld in vier onderwijsvormen, namelijk het Algemeen Secundair Onderwijs (ASO), het Technisch Secundair Onderwijs (TSO), het Beroeps Secundair Onderwijs (BSO) en het Kunst Secundair Onderwijs (KSO). Uit het onderzoek van Schuit en Schrijvers (2010) blijkt dat er een verschil in gebruik bestaat tussen de leerlingen van verschillende onderwijsvormen.

De jongeren uit het BSO zouden meer alcohol en drugs gebruiken dan jongeren uit het ASO. Daarnaast speelt de visie van scholen rond middelengebruik een grote rol. Uit onderzoek blijkt dat de normen die een school hanteert rond het gebruik van middelen een invloed heeft op het gebruik van de leerlingen van die school (Kumar, O'Malley, Johnston, Schulenberg & Bachman, 2002). Weigerachtigheid van scholen tegenover het middelengebruik leidt tot een daling van het gebruik over alle graden heen.

### **2.1.7 Algemene cijfers**

Voor de cijfers hebben wij ons voornamelijk gebaseerd op de recentste leerlingenbevraging 2014-2015 van de VAD gericht aan de scholieren van het secundair onderwijs. Daarna volgen nog cijfers uit een studie van het UZA en Universiteit Gent.

#### *2.1.7.1 Onderzoek VAD*

Uit het syntheserapport onthouden we volgende algemene conclusies.

Er werd vastgesteld dat er steeds meer jongeren onder de 16 jaar zijn die nog nooit alcohol hebben gedronken. 50,8% van de jongeren onder de 16 jaar zou nog nooit alcohol gedronken hebben. We merken de grootste daling in het oitgebruik bij de 12-, 13- en 14-jarigen. Ook bij de 15-jarigen daalde het oitgebruik. Als motief voor de daling van het alcoholgebruik bij jongeren onder de 16 jaar wordt aangegeven dat dit te wijten zou zijn aan het feit dat het "verboden is door de wet". Vanaf de leeftijd van 16 jaar zien we dan weer dat een grote meerderheid van de jongeren drinkt. 7 op 10 dronk tijdens de laatste maand alcohol en 3 op 10 zou zelfs wekelijks drinken (Melis, 2016).

Hieronder volgen enkele cijfers en bevindingen uit de betreffende bevraging:

- 65,3% van alle leerlingen dronk ooit alcohol
- 59,2% dronk het afgelopen jaar
- 34,7% van alle bevroegde jongeren dronk nog nooit alcohol
- 14,4% van de leerlingen drinkt regelmatig alcohol

Tabel 7: Prevalentie van alcoholgebruik

<b>PREVALENTIE VAN ALCOHOLGEBRUIK</b>	
<b>Nooit</b>	34,7%
<b>Ooit</b>	65,3%
<b>Laatste jaar</b>	59,2%
<b>Laatste maand</b>	42,3%
<b>Occasioneel</b>	44,4%
<b>Regelmatig</b>	14,4%

Bron: Melis, 2016.

- 39,0% van de 12-14 jarigen dronk ooit alcohol en 13,1% dronk de afgelopen maand
- 1,6% van de 12-14 jarigen dronk regelmatig alcohol, terwijl dit bij de 15-16 jarigen 18,2% is

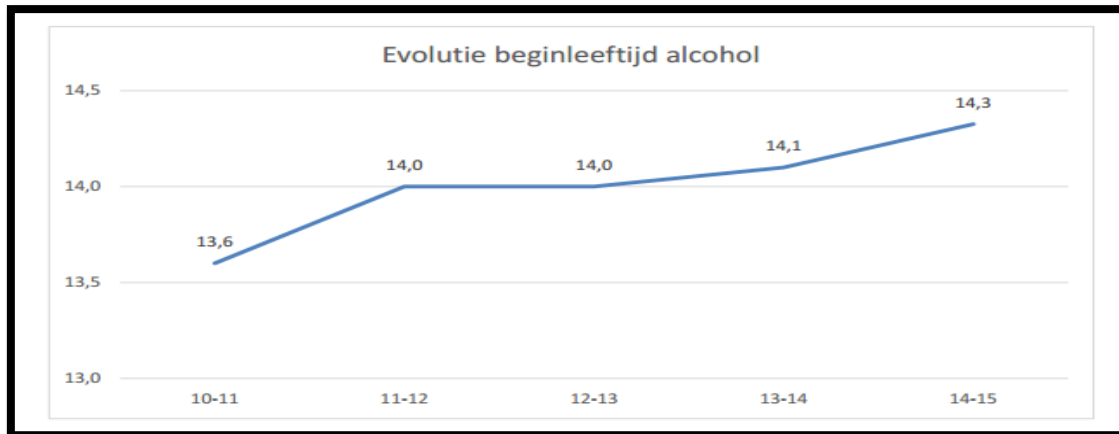
Tabel 8: Alcoholgebruik naar leeftijd

<b>ALCOHOLGEBRUIK NAAR LEEFTIJD</b>						
	<b>nooit</b>	<b>ooit</b>	<b>laatste jaar</b>	<b>laatste maand</b>	<b>occasioneel</b>	<b>regelmatig</b>
<b>12-14</b>	61,0%	39,0%	29,4%	13,1%	27,1%	1,6%
<b>15-16</b>	16,0%	84,0%	80,0%	60,4%	61,8%	18,2%
<b>17-18</b>	7,0%	93,0%	90,8%	76,4%	55,1%	35,6%

Bron: Melis, 2016.

- De gemiddelde beginleeftijd is 14,3 jaar (berekend op de beginleeftijd van 17-18 jarigen)

Grafiek 3: Evolutie beginleeftijd alcohol



Bron: Melis, 2016.

- 35,8% van alle jongeren was ooit eens dronken en 34,8% deed ooit aan binge drinken. 16,1% zou maandelijks bingedrinken

Tabel 9: Prevalentie van dronkenschap en binge drinking

PREVALENTIE VAN DRONKENSCHAP		PREVALENTIE VAN BINGEDRINKING	
Nooit	64,2%	Nooit	65,2%
Ooit	35,8%	Ooit maar minder dan maandelijks	18,7%
Laatste jaar	27,8%	Maandelijks tot dagelijks	16,1%
Regelmatig	2,0%		

Bron: Melis, 2016.

- het verschil in alcoholgebruik in het laatste jaar tussen jongens en meisjes is klein ( 61,2% t.o.v. 57,2%)
- verschil in frequentie is wel groter jongens 18,5% drinkt regelmatig alcohol, bij meisjes is dit 10,2%

Tabel 10: Alcoholgebruik naar geslacht

ALCOHOLGEBRUIK NAAR GESLACHT						
	nooit	ooit	laatste jaar	laatste maand	occasioneel	regelmatig
<b>Jongens</b>	32,2%	67,8%	61,2%	43,9%	42,4%	18,5%
<b>Meisjes</b>	37,2%	62,8%	57,2%	40,6%	46,4%	10,2%

Bron: Melis, 2016.

- er zijn opmerkelijk verschillen in de onderwijsvorm, meer leerlingen uit de B-stroom (39,9%) hebben ooit al eens alcohol gedronken dan leerlingen uit de A-stroom (27,9%)
- leerlingen uit ASO drinken minder vaak en minder veel dan leerlingen uit TSO en BSO

Tabel 11: Alcoholgebruik naar onderwijsvorm

<b>ALCOHOLGEBRUIK NAAR ONDERWIJSVORM</b>						
	<b>nooit</b>	<b>ooit</b>	<b>laatste jaar</b>	<b>laatste maand</b>	<b>occasioneel</b>	<b>regelmatig</b>
<b>A-stroom</b>	72,1%	27,9%	18,8%	7,2%	17,4%	0,9%
<b>B-stroom</b>	60,1%	39,9%	24,8%	12,9%	20,7%	3,3%
<b>ASO</b>	20,2%	79,8%	75,9%	57,6%	59,6%	16,0%
<b>BSO</b>	15,1%	84,9%	80,1%	58,8%	55,7%	24,1%
<b>TSO</b>	14,0%	86,0%	81,9%	61,8%	56,5%	25,4%

Bron: Melis, 2016.

### 2.1.7.2 Onderzoek UZA

Zoals reeds in de inleiding aangehaald: "Elke week 45 jongeren in het ziekenhuis door comazuipen" (Het Laatste Nieuws, 2015) zijn er steeds meer minderjarigen die in het ziekenhuis belanden door alcoholintoxicatie. Een studie van het UZA (2013), vertelt ons meer.

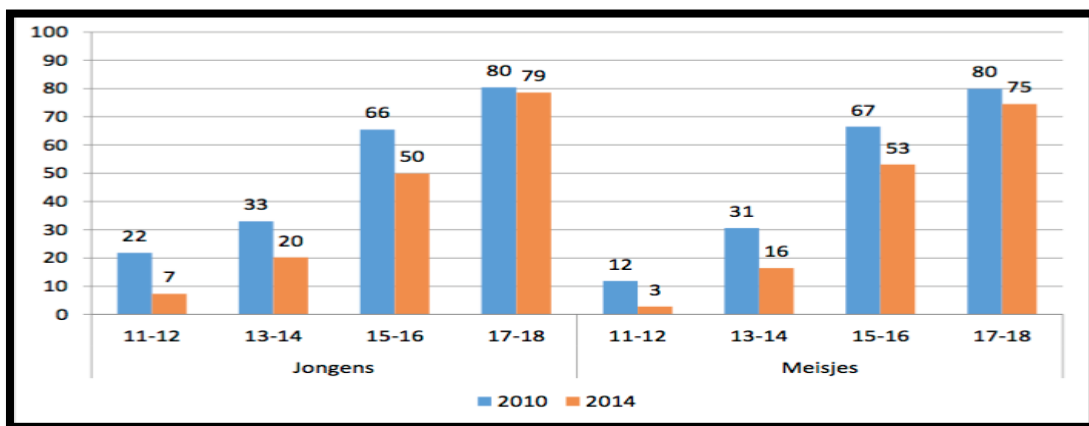
- Er wordt verondersteld dat minderjarigen een leeftijdsgroep zijn waar geen alcohol voorhanden is;
- Het zijn niet enkel de "zwaarste" gevallen die in het ziekenhuis terecht komen door drankmisbruik;
- Jongeren die elke week stevig drinken worden niet opgenomen, hun omgeving kent hun drinkgewoontes en legt hen veilig in hun bed;
- Pieken van opnames tijdens evenementen (fuiwen, festival,...);
- Vaak een probleem door gecombineerd gebruik met drugs;
- Sociaal zwakkere jongeren belanden vaker in het ziekenhuis, jongens iets vaker dan meisjes;
- Jongvolwassenen zouden nog vaker worden opgenomen, met een piek tussen 18-20jaar.

### 2.1.7.3 Onderzoek Universiteit Gent

In een recenter onderzoek van Deforche en Hublet (2014), werd aan de hand van vragen naar frequentie van gebruik van alcoholische dranken, naar aantal keer dronken, naar aantal gelegenheden gedronken de laatste maand en naar leeftijd, volgende resultaten bevonden:

- Meer jongens dan meisjes dronken de laatste maand alcohol
- Het alcoholgebruik daalt voor iedere doelgroep in de laatste 4 jaar (die daling is het minst merkbaar bij de 17-18 jarigen)

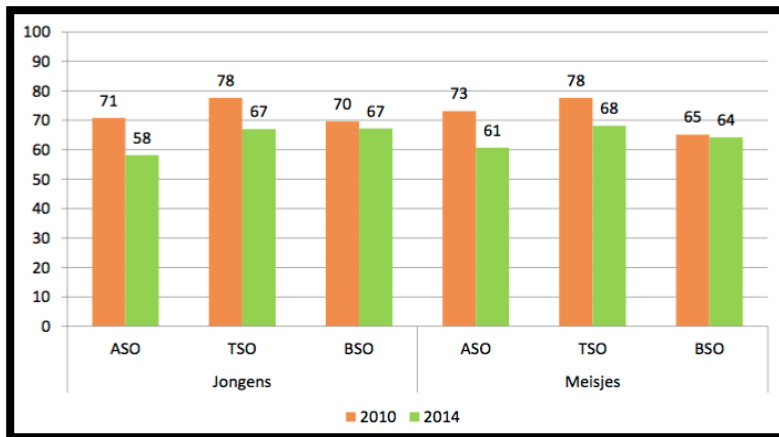
Grafiek 4: Percentage alcoholconsumptie in de laatste 30 dagen naar leeftijd en geslacht



Bron: Deforche, Hublet, 2014.

Ook is er een verschil in alcoholconsumptie bij jongeren, naargelang de opleiding. De consumptie is het laagst bij jongeren uit het ASO, zowel bij jongens als bij meisjes, even hoog bij jongens in zowel BSO als TSO en het hoogst bij meisjes uit het TSO.

Grafiek 5: Percentage alcoholconsumptie naar opleiding en geslacht

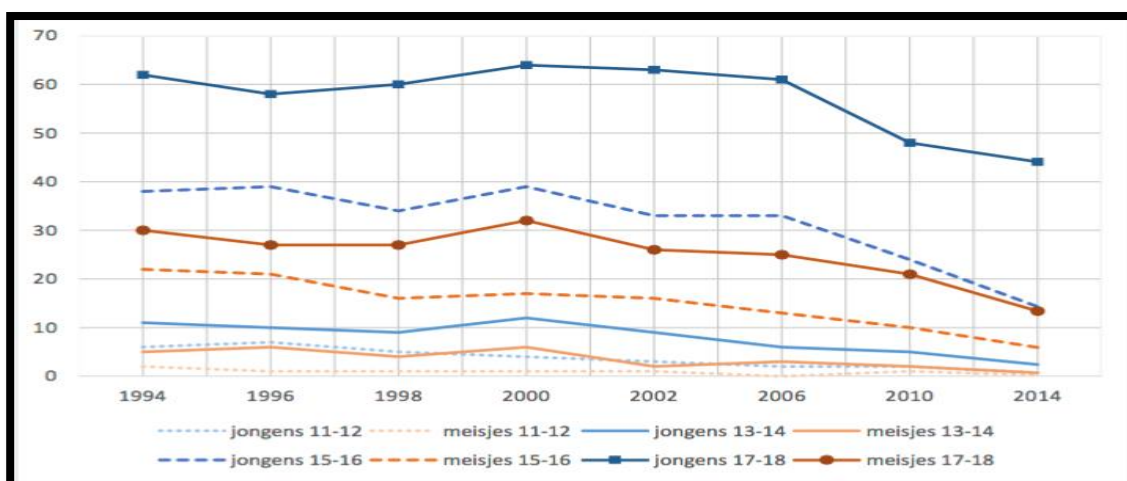


Bron: Deforche, Hublet, 2014.

Als we dan kijken naar wat er wekelijks gedronken wordt, wat betreft bier, wijn of sterke drank, zien we ook opmerkelijke verschillen.

- Jongens drinken wekelijks vaker bier dan meisjes; dit geldt voor elke leeftijdscategorie
- Het verschil in hoeveelheid bier neemt toe naarmate ze ouder worden

Grafiek 6: Percentage wekelijkse bierconsumptie naar leeftijd en geslacht

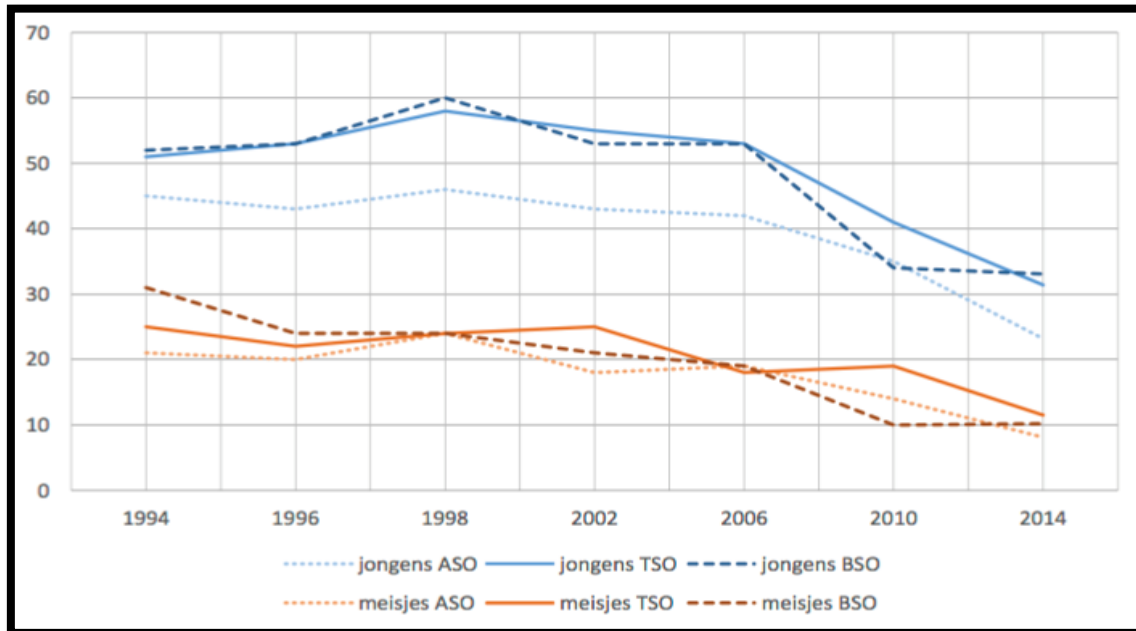


Bron: Deforche, Hublet, 2014.



- Jongens uit BSO drinken in het jaar 2014 vaker bier dan jongens uit TSO en ASO
- De meisjes die het frequentst bier drinken vinden we in het TSO, gevolgd door het BSO en dan het ASO

Grafiek 7: Percentage wekelijkse bierconsumptie naar opleiding en geslacht



Bron: Deforche, Hublet, 2014.

## **2.2 Wetgeving**

Hieronder bespreken we eerst enkele algemeenheden i.v.m. de regelgeving om ons daarna te focussen op de wetswijziging van 31 december 2009. Vervolgens bekijken we de wet op de beteugeling van dronkenschap, om af te sluiten met de regelgeving inzake reclame voor alcohol. Daarna wordt nog kort de controle op het verkoopverbod van alcohol aan jongeren toegelicht.

### **2.2.1 Algemeen**

Al een hele tijd werd vanuit het alcohol- en drugpreventiewerk de leeftijd van 16 jaar als leeftijdsgrens voor alcoholgebruik voorop gesteld.

Daar alcoholgebruik schadelijk is voor minderjarigen, besloot de Interministeriële Conferentie Volksgezondheid werk te maken van het voorkomen en beperken van schade ten gevolge van alcoholgebruik. Er werd hiervoor een nationaal actieplan alcohol 2008-2012 ontworpen. Eén van de voorgestelde maatregelen was een verbod om bier en wijn te verkopen aan min 16-jarigen. Ook werd beslist onderzoek te doen naar de regelgeving over alcoholische dranken waaraan suikers zijn toegevoegd in de vorm van limonade of fruitsap (Berghmans, M., 2008).

Op 1 januari 2010 werd het wettelijk kader rond alcoholgebruik een stuk duidelijker. Vanaf die datum reglementeert namelijk één wet, de wet van 24 januari 1977 'betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten' in een nieuw artikel 6§6 het verkopen, aanbieden en schenken van alcohol aan minderjarigen (BS, 8 april 1977).

In dit artikel staat dat het verboden is om drank of een ander product met een hoger alcoholvolumegehalte dan 0,5% vol, te verkopen, te schenken of aan te bieden aan min 16-jarigen. Aan iedereen die alcohol wil kopen mag zijn legitimatiebewijs gevraagd worden. Dit om te bewijzen dat de koper ouder is dan 16 jaar.

Vroeger was het natuurlijk ook verboden voor een min 16-jarige om alcohol te kopen, maar het grote verschil is dat er nu meer handelingen verboden zijn. Gegiste dranken (die geen sterke drank zijn) waren vroeger bijvoorbeeld niet verboden om te verkopen of om gratis aan te bieden aan min 16-jarigen. Nu is dus ook het verkopen of gratis meegeven van deze dranken verboden (BS, 18 november 1939).

Ook werden meer soorten alcohol verboden. Nu geldt de regel dat het verboden is dranken en producten met een hoger alcoholvolumegehalte dan 0,5% te verkopen. Het verbod werd uitgebreid naar alle andere producten met een bepaald alcoholpercentage. Het blijft dus niet alleen beperkt tot drank. Door deze regel is het duidelijker geworden welke dranken en producten wettelijk wel of niet toegelaten zijn voor min 16-jarigen. In de wet staat nu ook dat een strikte controle op de leeftijd kan gebeuren. De nieuwe wet legt dus een sterke nadruk op de leeftijd van 16 jaar (BS, 8 april 1977).

Sterke dranken daarentegen mogen pas verkocht, geschonken of aangeboden worden vanaf de leeftijd van 18 jaar. Deze wet is niet nieuw, vroeger was het ook zo (BS, 18 november 1939).

### **2.2.2 Wet Vandervelde**

In 1919 werd de wet Vandervelde ingevoerd. Deze wet regelde het alcoholverbruik in België. Die wet bepaalde dat er in cafés en andere publieke plaatsen geen sterke drank mocht worden geschonken. Een andere beperking was dat er enkel sterke drank mocht verkocht worden in hoeveelheden van minstens twee liter. De achterliggende gedachte was, dat alcoholisten niet zo veel geld ter beschikking hadden. Deze wet ligt waarschijnlijk mede aan de basis van de Belgische biercultuur, men zocht naar bieren met een hoger alcoholgehalte. De wet werd uiteindelijk in 1983 afgeschaft (Raymaekers, 2008). De Wet Vandervelde verbood onder meer de verkoop en de consumptie van sterkedrank in alle publiek toegankelijke plaatsen zoals cafés, hotels, stations, enzovoort. Alcohol kon enkel nog in grote hoeveelheden (minstens twee liter) worden verkocht. Bovendien verviervoudigden de accijnzen (Heyrman, 1998).

### **2.2.3 Wetswijziging 31 december 2009**

De wetwijziging is vooral gericht op het uitstellen van de beginleeftijd waarop alcohol mag worden gedronken.

In Art.6 van de wet betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten staat: *"Het is verboden om elke drank of product waarvan het effectief alcoholvolumegehalte hoger is dan 0,5 % vol, te verkopen, te schenken of aan te bieden aan minzestienjarigen. Van elke persoon, die dranken of andere producten op basis van alcohol wil kopen, mag worden gevraagd aan te tonen dat hij of zij ouder is dan zestien"* (BS, 8 april 1977).

Ook in Art. 14 van de wet houdende diverse bepalingen inzake gezondheid staat in artikel 6 van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, gewijzigd bij de wetten van 22 maart 1989, 19 juli 2004, 27 december 2004 en 1 maart 2007, wordt aangevuld met een paragraaf 6, luidende: "*§ 6. Het is verboden om elke drank of product waarvan het effectief alcoholvolumegehalte hoger is dan 0,5 % vol, te verkopen, te schenken of aan te bieden aan min-zestienjarigen. Van elke persoon, die dranken of andere producten op basis van alcohol wil kopen, mag worden gevraagd aan te tonen dat hij of zij ouder is dan zestien. Het is verboden om sterke drank, zoals bepaald in artikel 16 van de wet van 7 januari 1998 betreffende de structuur en de accijnstarieven op alcohol en alcoholhoudende dranken, te verkopen, te schenken of aan te bieden aan min-achttienjarigen. Van elke persoon, die sterke drank wil kopen, mag worden gevraagd aan te tonen dat hij of zij ouder is dan achttien*" (BS, 31 december 2009).

#### **2.2.4 Wet beteugeling van de dronkenschap**

Volgens de besluitwet van 14 november 1939 (BS, 18 november 1939) is openbaar dronkenschap strafbaar betreffende de beteugeling van dronkenschap.

Dit betekent dat wanneer je op een openbare plaats, in dronken toestand wordt bevonden door de politie, er straffen kunnen gegeven worden zoals: een boete, het intrekken van het rijbewijs of het opleggen van een gevangenisstraf.

Deze wet verbiedt o.a. het schenken van 'dronken makende' dranken aan iemand die reeds kennelijk dronken is. Het is ook verboden om iemand te verplichten te drinken tot hij dronken wordt, iemand opzettelijk tot dronkenschap leiden met ziekte, werkonbekwaamheid of de dood tot gevolg, uitdagingen tot drinken voorstellen of aanvaarden.

#### **2.2.5 Regelgeving alcoholmarketing België**

De wetgeving van reclamevoering op TV en radio is een gemeenschapsbevoegdheid. Dit betekent dat elke gemeenschap haar eigen regelgeving heeft. België telt 3 gewesten (Vlaanderen, Wallonië en Brussel) en drie gemeenschappen (Vlaamse, Franse en Duitstalige gemeenschap). België kent zes regelgevingen, vijf wettelijke en één niet-wettelijke, waarin de reclame en marketing voor alcoholische dranken wordt geregeld (De Donder, 2014).

### *2.2.5.1 Wettelijke regelgeving*

Hieronder beperken we ons tot algemene federale wet van België.

België heeft één federale wet, die de reclame en marketing voor alcoholische dranken regelt voor heel België, namelijk de consumentenwet van 24 januari 1977. Deze wet betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van voedingsmiddelen en andere producten (consumentenwet) stelt in artikel 7§2 dat *“de Koning in het belang van de volksgezondheid regels en verbodsmaatregelen kan voorschrijven over de reclame voor alcohol en alcoholhoudende dranken”* (BS, 8 april 1977).

### *2.2.5.2 Niet-wettelijke regelgeving*

België heeft sinds 12 mei 2005 een convenant inzake gedrag en reclame met betrekking tot alcoholhoudende dranken. Dit convenant heeft als doel jongeren tegen alcoholmisbruik te beschermen en heeft vooral betrekking op wat niet mag. Er wordt o.a. gesteld dat alcoholreclame niet mag gericht zijn op minderjarigen en dat er ook geen minderjarigen getoond mogen worden. Ook mag de consumptie van alcohol niet voorgesteld worden als een teken van volwassenheid. Reclame mag de minderjarigen niet aanzetten tot aankoop van alcoholhoudende dranken (De Donder, 2014).

Op 25 april 2013 werd een nieuw convenant ondertekend. Hierin staat dat er sprake is van alcohol als de drank meer dan 0,5% alcohol per volume bevat. Het is ook verboden om op de openbare weg gratis of aan verlaagde prijs alcohol te verdelen of aan te bieden en er mag geen alcohol verkocht worden in verkoopautomaten zonder identiteitscontrole.

### **2.2.6 Controle op het verkoopverbod van alcohol aan jongeren**

De controle gebeurt door de Controledienst Tabak en Alcohol van de FOD Volksgezondheid. De FOD voert controles uit in cafés, buurtwinkels, nachtwinkels en warenhuizen. De FOD voert tevens controles uit tijdens festivals en fuiven. Ook de politie kan het verbod op de verkoop van alcohol aan jongeren controleren (Doms, Huard, 2016).

## 2.3 Good practices & sensibilisering

### 2.3.1 Wat is een good practice?

Een duidelijke definitie van "good practice" is moeilijk te vinden. Het woord komt uit het Engels en betekent letterlijk "goede oefening". De politieacademie van Nederland beschrijft "good practice" als volgt: "*beschrijvingen van hoe praktijkproblemen, gerelateerd aan de werksituatie van een beroepsgroep, zijn aangepakt, welke oplossingen zijn bedacht en hoe de werkwijze nog verbeterd kan worden*" (Politieacademie, z.d.).

Wat wij kunnen verstaan onder good practices is dat het een goede techniek of methode is die door onderzoek en ervaring leidt tot een gewenst resultaat. In ons onderzoek wensen wij te weten te komen welke interventies effectief blijken te zijn wat betreft alcoholmisbruik bij jongeren.

Uit de bovenstaande onderzoeken kunnen wij het volgende afleiden:

- Tabel 4: we durven hier te besluiten dat de groep 15-16 jarigen een heel belangrijke groep is om te sensibiliseren. We merken dat de regelmaat in alcoholgebruik verdubbelt naarmate de jongeren in de leeftijdsgroep 17-18 jaar zitten. Het zelfde besluit is toonbaar in tabel 5 en 6.
- Grafiek 2: zeer opvallend is de sterke stijging van vooral wijn en sterke drank bij 17-18 jarigen (x3).
- Grafiek 4: we merken een daling op alcoholgebruik in het jaar 2014 ten opzichte van het jaar 2010. We vermoeden dus dat één of meerdere campagnes hier aan de basis kunnen liggen. We gaan hier gericht naar op zoek.
- Grafiek 5: hier dezelfde bedenking als bij grafiek 4. We merken echter dat de impact bij ASO en TSO leerlingen veel groter is en bij BSO leerlingen eerder miniem is. Zouden de campagnes te moeilijk zijn of zou het eerder te maken hebben met de bereikbaarheid van de doelgroep?
- Grafiek 6: we zien de eerste opvallende daling vanaf 2006.
- Grafiek 7: jongens lijken opleidingsgevoeliger dan meisjes bij het in kaart brengen van hun wekelijkse bierconsumptie. Bij ASO jongens ligt deze beduidend lager dan bij andere leeftijdsgenoten. Bij meisjes merken we een minder duidelijk verschil.

We kunnen een onderscheid maken tussen "evidence-based" interventiepraktijken en "good practice" interventies. Evidence-based interventies zijn interventies waarvan men zeker is dat ze leiden tot de gewenste effecten. Het best beschikbare bewijs wordt gebruikt en er is geen criterium hoe de effecten moeten zijn vastgesteld. Bij "good practice" preventie-interventies

wordt verwacht dat ze zullen leiden tot het gewenste effect (Bekkering, et al., 2013).

### **2.3.2 Wat is sensibiliseren?**

Sensibiliseren is een ander woord voor “bewust maken van” of “gevoelig maken voor” een bepaald probleem (Taaladvies, z.d.). In onze bachelorproef pogen wij jongeren en verkooppunten te sensibiliseren, hen bewust te maken van de gevaren die alcohol met zich mee kunnen brengen. We willen hen ook bewust maken van de wetgeving betreffende alcoholverkoop. We willen de aandacht vragen voor dit thema en hen informeren.

### **2.3.3 Methodes van sensibiliseren?**

Er bestaan reeds verschillende methodieken om preventief rond alcohol te werken in het onderwijs, met ouders, de horeca, ...

Methodes die worden ingezet ter preventie van het alcoholgebruik bij jongeren zijn o.a. campagnes. Lokale preventiediensten en Centra Geestelijke Gezondheidszorg werken met methodieken en materialen van de VAD of van De Sleutel. De Sleutel situeert zich binnen de gezondheidszorg en richt zich o.a. naar risicogroepen met een aanbod van preventie, hulpverlening en werkgelegenheid in Vlaanderen (De Sleutel, z.d.).

### **Gesprek met CGG**

Uit een gesprek met een CGG kwamen volgende bevindingen naar boven:

- “De” methode bestaat niet;
- Er is te weinig toezicht en controle, waardoor de pakkans heel klein is;
- De methodes dienen herhaald te worden, anders heeft het geen effect;
- Aan de methode of campagne een beloning aan vastkoppelen heeft effect;
- Er zijn veel éénmalige acties, we moeten kijken naar acties die goed zijn verlopen;
- Ouders erbij betrekken is heel belangrijk;
- Een balpen is de beste gadget om te gaan sensibiliseren;
- Als jongeren iets kunnen krijgen, belonen we het gewenste gedrag;
- Jongeren betrekken in alcoholdiscussie, wat is hun mening;
- Opmaken van informatiepakketjes;
- De context wanneer je iets geeft is belangrijk (niet op café maar op school).

### **2.3.4 Kenmerken van een sensibiliseringscampagne**

De bedoeling van een sensibiliseringscampagne is sensibiliseren, aandacht vragen voor het thema en informeren. Om iemand bewust te maken van de gevaren van alcohol dient met bepaalde zaken rekening gehouden te worden. Een campagne alleen zal het gedrag van jongeren niet zal veranderen. Jongeren zullen niet later starten met het drinken van alcohol enkel en alleen door een campagne. Wij denken dat er meer nodig is, bv. het aanleren van sociale vaardigheden (weerstaan aan druk van vrienden), de naleving van de wetgeving (geen verkoop aan -16), de sensibilisering van de ouders,... Er bestaan reeds verschillende methodieken om rond alcohol te werken in het onderwijs, met ouders, de horeca, ...

Er zijn enkele algemene principes van een goede strategie, gebaseerd op onderzoek van de broers Chip Heath (hoogleraar Stanford University) en Dan Heath (consultant). Zij kwamen na analyse tot besluit dat er telkens 6 principes een rol speelden. De eerste letters vormen in het Engels het woord "succes". De resultaten schreven ze in het boek "Made to Stick – Why Some Ideas Survive And Others Die" (2007).

- 1) **S**imple : eenvoudige kernachtige boodschap geven
- 2) **U**nexpected: onverwacht, wekt belangstelling en nieuwsgierigheid
- 3) **C**oncrete: concreet geformuleerd, beeldend zodat het idee begrepen wordt
- 4) **C**redible: geloofwaardig, toetsbaar
- 5) **E**mtional: speelt in op emoties
- 6) **S**tory: vertelt een inspirerend verhaal, ernaar kan handelen

De SUCCES checklist is een hulpmiddel om het communicatiekader voor een goed idee te toetsen (Indora managementadvies, z.d.).

### **2.3.5 Preventie**

Omdat alcoholgebruik bij jongeren op korte termijn problemen met zich kan meebrengen en op langere termijn ernstige gezondheidsproblemen tot gevolg kan hebben, is preventie bij minderjarige jongeren heel belangrijk. Preventie betekent voorkomen. Er zijn tal van maatregelen mogelijk om het alcoholgebruik bij de jongeren af te raden of te beperken.

Algemene doelstellingen van preventie zijn: niet-gebruik aanmoedigen, experimenteergedrag uitstellen, verantwoordelijk gedrag bevorderen, vroegtijdige aanpak stimuleren en schade beperken (VAD, 2009).

Hierna richten we ons op enkele preventieprogramma's en hulpmiddelen waarvan leerkrachten op school gebruik kunnen maken:



### *Alcoholpreventie op school*

Een goed alcohol- en drugbeleid op school is onontbeerlijk. Werken rond sociale en persoonlijke vaardigheden, consequent optreden bij problemen, signaleren van problemen en opvolgen en begeleiden van de leerlingen zijn heel belangrijke pijlers bij het voorkomen van en anticiperen op alcohol- en drugproblemen (Bernaert, 2008).

Een alcohol- en drugbeleid op school bestaat uit verschillende componenten (Alcoholhulp, z.d.):

- Duidelijke regelgeving: leerlingen moeten duidelijk weten wat kan en wat niet kan en waaraan ze zich moeten houden;
- Educatie: naast normen en waarden kan er op school aandacht besteed worden aan het aanleren van vaardigheden. Belangrijk is ook om gerichte activiteiten te organiseren voor de leerlingen;
- Een warm schoolklimaat: wanneer jongeren zich niet thuis voelen op school zou dit een verhoogd risico met zich meebrengen. Een goed contact tussen leerkracht en leerlingen is een positieve factor
- Betrokken partijen aanspreken: overleg met leerlingen, leerkrachten, begeleiders, CLB en ouders. Indien nodig overleg met lokale overheden en politie;
- Hulp bieden bij problemen: wanneer rechtstreeks overleg niet voldoende blijkt, leerlingen verwijzen naar professionele hulpverlening.

### *Hulpmiddelen voor leerkrachten*

“De Sleutel”, een organisatie die zich situeert binnen de gezondheidszorg en zich o.a. richt op alcoholpreventie, biedt voor elke graad van het secundair onderwijs een preventieprogramma aan onder de naam “Unplugged” (De Sleutel, z.d.).

Leerkrachten kunnen hun vaardigheden inoefenen/aanleren door “trainingsdagen” te volgen. Tijdens deze trainingsdagen krijgen leerkrachten via “Unplugged” tips en interactieve oefeningen waarmee ze later zelf aan de slag kunnen.

Leerkrachten of directies kunnen projectdagen organiseren die de jongeren doen nadenken over alcohol- en druggebruik en de bijhorende risico's.

### **2.3.6 Methode ter controle naleving wet verkooppunten**

Er bestaat ook een instrument om na te gaan in welke mate de wetgeving i.v.m. de verkoop van alcohol wordt nageleefd. Veel lokale preventiewerkers gaan in hun stad of gemeente aan de slag met de lokale monitor "alcohol en jongeren" van de VAD. De monitor wordt gebruikt om na te gaan of er meer nood is aan informatie over de wetgeving rond de verkoop van alcohol aan minderjarigen. De monitor wordt volgens een strikt protocol afgenomen. Het is dan ook noodzakelijk dat preventiemedewerkers een vorming krijgen bij de VAD. De monitor wordt ook gebruikt om de effectiviteit te evalueren van voorbije preventieacties rond alcoholverkoop aan minderjarigen (VAD, z.d.).

## 3 Empirisch onderzoek

Om de literatuurstudie te linken aan de praktijk en om verdere antwoorden te vinden op onze vooropgestelde onderzoeksvragen, is het nodig een empirisch onderzoek uit te voeren. We kiezen voor enquêtes en diepte-interviews, respectievelijk bij de leerlingen en de verkooppunten van alcohol. In dit hoofdstuk gaan we dieper in op ons onderzoeksopzet. We bespreken de keuze van het data-verzamelinstrument, de motivering voor de gemaakte keuze, voor- en nadelen van onze methodes en de selectie van de onderzoekseenheden. Daarna wordt de verwerking van onze onderzoeksresultaten besproken, waarbinnen we ook de good practices zullen analyseren aan de hand van de literatuur in deel 1.

### 3.1 Onderzoeksopzet

In het kwantitatieve gedeelte gaat het om een enquête van minderjarigen tussen 13-17 jaar die school lopen in Mechelen. In het kwantitatieve gedeelte gaat het om respectievelijk een kwalitatieve bevraging van verkooppunten en een studie van bestaande good practices.

Hieronder lichten we de gehanteerde methodologieën toe.

#### **3.1.1 Kwantitatief onderzoek**

Om onze hoofddoelstelling te bereiken hebben we een aantal deeldoelstellingen geformuleerd. Eén van onze deeldoelstellingen is inzicht te verwerven in het gebruik van alcohol door minderjarigen en hun houding t.a.v. alcohol en de bijhorende wetgeving. Wij willen het gedrag van een grote groep jongeren in kaart brengen op een efficiënte manier. Een kwantitatief onderzoek leent zich hiertoe het best.

##### *3.1.1.1 Populatie*

Tot de theoretische populatie behoren alle minderjarigen tussen 13 en 17 jaar. De populatie die centraal staat in ons onderzoek is heel ruim. Om deze doelgroep te onderzoeken maken we een afbakening. Onze empirische populatie zijn de leerlingen tussen 13-17 jaar in de geselecteerde scholen in Mechelen. Wij denken dat 13 jaar de leeftijd is waarop een groot aantal jongeren starten met het proeven van alcohol. 18 jaar is de leeftijd waarop jongeren alles mogen drinken, daarom wordt deze leeftijdscategorie niet in ons onderzoek opgenomen. Vandaar dus onze keuze om enkel de jongeren tussen 13 en 17 jaar te bevragen. Omdat

wij niet alle jongeren uit deze leeftijdscategorie kunnen bevragen, gaan wij gebruik maken van een steekproef.

### *3.1.1.2 Steekproef*

Onze steekproef selecteren we op basis van een steekproefkader. Het steekproefkader bestaat uit een lijst van de secundaire scholen in Mechelen (zie bijlage 1: lijst secundaire scholen in Mechelen) die ASO, TSO en BSO opleidingen aanbieden. Onze opzet was op basis van dit kader aselekt een aantal scholen te selecteren. Aselect betekent dat elk element uit ons steekproefkader een even grote kans heeft om in de steekproef terecht te komen. Daarna zouden we per school een steekproefkader organiseren per onderwijsvorm en per leerjaar. Wegens tijdsdruk (paasvakantie en examens), moesten we gerichter te werk gaan en selecteerden we zelf de scholen voor ons onderzoek.

Helaas gaven de geselecteerde scholen aan geen tijd te hebben of niet wensten mee te werken wegens "overbevraging". Slechts één school (BSO & TSO) gaf ons de toestemming om de enquête in de helft van hun school af te nemen. Wij nemen dus een steekproef af in deze school.

Dankzij onze opdrachtgever kregen wij op de valreep nog toestemming van een ASO school, onder voorwaarde dat de bevraging via een online enquête zou gebeuren. Helaas kregen wij geen enkele respons op de online enquête waardoor de ASO leerlingen uit ons onderzoek niet bevroegd worden.

Om te weten of de bevroegde steekproef representatief is aangaande een aantal belangrijke kenmerken van die leerlingen, werd aan de TSO/BSO-school die zijn medewerking verleende een overzicht gevraagd van de samenstelling van het aantal leerlingen per studieniveau, de verhouding jongens/meisjes en eventueel de verhouding allochtoon/autochtoon. Zo kregen we zicht op de omvang en samenstelling van de onderzoekspopulatie. De totale populatie van de school bedraagt 562 leerlingen waarvan wij ongeveer de helft van het aantal leerlingen mogen bevragen. Het aantal leerlingen TSO bedraagt 295 waarvan 69 leerlingen allochtoon zijn. Het aantal leerlingen BSO bedraagt 267 waarvan 78 leerlingen allochtoon zijn. Wat de verdeling jongens/meisjes betreft kregen wij tegenstrijdige cijfers, maar ongeveer 80% van de school blijken meisjes te zijn.

Of onze gerealiseerde steekproef representatief is, bespreken we verder in onze analyse.

Om te bepalen hoeveel leerlingen we in onze steekproef dienden te hebben om betrouwbaar te zijn, gingen we oorspronkelijk gebruik maken van de steekproefcalculator. De steekproefcalculator berekent de steekproefgrootte bij diverse betrouwbaarheidsniveaus. De resultaten zullen gelden voor de leerlingen in de betreffende school. Daar wij enkel beschikken over het leerlingenaantal van

de hele schoolpopulatie, en niet van de operationele populatie (de geselecteerde doelgroep tussen 13 en 17 jaar), en daar wij slechts de helft van het aantal leerlingen mogen bevragen kunnen wij ook geen gebruik maken van de steekproefcalculator.

Grootte van de doelgroep: we willen minimum 100 jongeren per studieniveau bevragen. De grootte van de doelgroep hangt af van de effectief bevroegde populatie. De afgenomen hoeveelheid enquêtes hangt af van de hoeveelheid leerlingen die we mogen bevragen in het betreffend studieniveau.

### *3.1.1.3 Kenmerken doelgroep en factoren die een rol spelen*

- Leeftijd: wij kiezen voor de jongeren tussen 13 en 17 jaar. Alcoholgebruik bij jongere kinderen komt volgens ons minder snel voor en vanaf 18 jaar zijn de jongeren meerderjarig.
- Studieniveau: richting ASO, TSO als BSO. We vragen ons af of het studieniveau een effect heeft op het consumeren van alcohol.
- Geslacht: wij vermoeden dat meisjes minder alcohol drinken dan jongens, maar is dit effectief wel zo?
- Religie: we denken dat allochtone jongeren minder alcohol consumeren dan autochtone jongeren vanwege hun religieuze afkomst. We willen deze factor bevragen omdat we willen weten of dit effectief zo is.
- Omgevingsfactoren: we willen een beeld krijgen van de invloed die volgende factoren hebben: woonplaats (uitgaansbuurt), groepsdruk, gezinscontext,...

### *3.1.1.4 Methode*

De data-verzameling zal plaatsvinden aan de hand van een schriftelijke klassikale enquête waarin we leerlingen uit diverse studieniveaus secundair onderwijs (TSO en BSO) zullen bevragen. De voorziene online enquête voor de ASO school wordt hier verder niet meer besproken.

Voordelen van onze schriftelijke klassikale enquête zijn dat we de jongeren op een snelle manier kunnen bevragen en dus vlot informatie kunnen verzamelen. Door op deze manier te werk te gaan zijn wij zeker dat het de jongere zelf is die de enquête invult en dat de enquête niet ingevuld wordt door iemand anders. Wij willen immers goede inzichten verzamelen om de problematiek goed in kaart te brengen. We willen weten waarom minderjarige jongeren alcohol consumeren en welke factoren hierbij een rol spelen. Ook willen we hun kennis en houding t.a.v. de wetgeving testen.

Via deze methode kunnen we de anonimiteit van de minderjarige waarborgen en hebben we meer kans op eerlijke antwoorden. De enquêtes worden verdeeld telkens aan 2 volledige klassen per graad, per jaar en per studierichting (BSO en TSO).

Nog een voordeel is dat gestandaardiseerde vragen tot eenduidige antwoorden kunnen leiden en er statistische analyses kunnen gemaakt worden.

Nadeel is dat we afhankelijk zijn van de medewerking en goedkeuring van de scholen, vooraleer wij de bevraging kunnen uitvoeren. Een ander nadeel is dat de leerlingen de vragenlijst op een andere manier kunnen invullen dan de onderzoeker het wil. Ze kunnen kiezen om niet alle vragen te beantwoorden of ze kunnen halverwege de enquête stoppen met invullen.

Werkwijze: via mail versturen we een brief naar de verschillende secundaire scholen in Mechelen. Hierin vragen we de medewerking voor ons onderzoek. Indien we geen respons krijgen op de mail, bellen wij zelf de scholen op en vragen om toestemming. Bij een positieve respons wordt een afspraak gemaakt en gaan wij ter plaatste om de enquêtes te verdelen.

### *3.1.1.5 Dataverzamelingsinstrument*

Onze enquête bestaat uit een gestandaardiseerde schriftelijke vragenlijst (zie bijlage 2: enquête). De vragenlijst bestaat uit meerdere vragen met bijhorende gesloten of halfopen mogelijkheden. Naast enkele algemene vragen (zie kenmerken doelgroep en factoren die een rol spelen), bevragen we de leerlingen over hun alcoholgebruik. Vervolgens peilen we naar hun kennis van de wetgeving en naar toepassingen van de wet.

### **3.1.2 Kwalitatief onderzoek**

Ons kwalitatief onderzoek bestaat uit twee luiken. Het eerste luik betreft de diepte-interviews bij de verkooppunten en het tweede luik betreft een studie van bestaande good practices.

#### **Luik 1: verkooppunten**

Om te weten welke kennis verkopers hebben van de wetgeving omtrent alcoholverkoop aan minderjarigen, hoe ze tegenover de wetgeving staan en hoe goed ze op de hoogte zijn van het effect van overmatig alcoholgebruik op jongeren, voeren we een kwalitatief onderzoek.

### *3.1.2.1 Populatie*

In theorie kunnen alle verkooppunten van alcohol in Mechelen gezien worden als onze populatie. Maar daar wij niet alle verkooppunten kunnen bevragen, bakenen we doelgericht af. We focussen ons op de verkooppunten van alcohol in de zogenaamde probleebuurt van Mechelen. Onze opdrachtgever gaf de buurt in de omgeving van de Vismarkt en de omgeving rond het station van Mechelen aan als regelmatige probleemzones. Verkooppunten die we bevragen in deze buurt zijn cafés, supermarkten en nachtwinkels.

### *3.1.2.2 Steekproef*

We hanteren de theoretisch selecte of natuurlijke steekproef. Dit is een steekproef waarbij de selectie is gebaseerd op inhoudelijke relevante criteria (Neckebroeck, Vanderstraten & Verhaeghe, 2015). Binnen een selecte steekproef is diversiteit, alsook diversiteit aan meningen belangrijk. Wij beschikken niet over een lijst met alle verkooppunten uit de te bezoeken buurt. Vooraf gaan wij willekeurig langs bij minimum een 10-tal verkooppunten van alcohol in de buurt van de Vismarkt en het station van Mechelen. De voorziene samenstelling bestaat uit vijf cafés, drie nachtwinkels en twee supermarkten. Uiteindelijk hebben we in totaal vier interviews kunnen afnemen. Twee cafés, één nachtwinkel en één supermarkt. Hierdoor kunnen we de realiteit van Mechelen minder in kaart brengen, veralgemenen. De resultaten zijn dus van een select publiek en dus een weergave van een persoonlijke mening of kennis.

### *3.1.2.3 Methode*

We kiezen ervoor om diepte-interviews af te nemen waarbij er een face-to-face gesprek plaatsvindt tussen ons als onderzoekers en één respondent (verkooppunt van alcohol).

De reden waarom we kiezen voor diepte-interviews is dat deze methode heel wat voordelen biedt. Het is een flexibele methode dat ons veel informatie kan verstrekken, informatie die we met een kwantitatief onderzoek niet kunnen verkrijgen. Zo kunnen we bijvoorbeeld doorvragen op de antwoorden die de respondent ons geeft, of verder vragen als we niet zo goed begrijpen wat de respondent bedoelt. Zo is de methode geschikt om achterliggende motieven, gedachten en ideeën uit te diepen. De respondent heeft de ruimte om zijn verhaal te vertellen en wij kunnen relatief persoonlijke/gevoelige informatie bevragen (Fischer & Julsing, 2009).

We zijn er ons wel van bewust dat dit geen makkelijke opdracht zal zijn. Diepte-interviews hebben een aantal nadelen. Een nadeel is dat het afnemen van diepte-interviews veel tijd in beslag neemt. Hierdoor is het niet mogelijk om veel

respondenten te bevragen en kunnen we de resultaten dus ook niet generaliseren. Ook de verplaatsingskosten mogen we niet vergeten.

Tevens vrezen wij dat niet veel verkooppunten geneigd zullen zijn om mee te werken aan het interview. Het vinden van bereidwillige respondenten zal niet gemakkelijk zijn. Wij zullen vooraf langsgaan bij verschillende verkooppunten waarbij wij datum en uur zullen afspreken. Hierbij moeten we rekening houden met de openingsuren van deze verkooppunten en de bereidwilligheid van de eigenaars of verkopers. We halen een heel gevoelig onderwerp aan, waarbij verkooppunten niet al te happig zullen zijn om eerlijk te antwoorden of om hun medewerking te verlenen. Anonimiteit garanderen is hierbij heel belangrijk.

Indien mogelijk nemen wij onmiddellijk zelf ter plaatse het interview af. We rekenen gemiddeld op 15 à 30 minuten per respondent per interview.

### *3.1.2.4 Dataverzamelinstrument*

Hiervoor gebruiken we een half gestructureerde vragenlijst (zie bijlage 3: interviewschema). We gebruiken vooropgestelde vragen waar we kunnen van afwijken of dieper op kunnen ingaan. Tijdens het gesprek zullen we gebruik maken van een recorder, om zo geen informatie verloren te laten gaan. Vanzelfsprekend vragen we vooraf aan de respondent of hij hiervoor zijn toestemming verleent. Ook worden er notities genomen tijdens het interview.

## **Luik 2: good practices**

Op basis van ons theoretisch luik aangaande effectief sensibiliseren, gaan we een kwalitatief onderzoek voeren naar campagnes rond alcoholgebruik.

Daar er heel wat sensibiliseringsacties en campagnes terug te vinden zijn, gaan we een aantal goede methodieken opzoeken en bestuderen.

Via het internet gaan we op zoek naar campagnes gericht op sensibilisering van jongeren, rekening houdend met de doelgroep en onderwerp. We selecteren willekeurig een aantal campagnes die ons aanspreken. We bespreken telkens de gehanteerde methode.

Ook contacteren we via mail een aantal preventiediensten en Centra voor Geestelijke Gezondheidszorg (CGG) waarbij we polsten naar goede methodieken ter sensibilisering.

Dataverzamelinstrument: aan de hand van een checklist gaan we enkele campagnes analyseren. Als zeven van de tien hieronder opgelijste items als positief beoordeeld kunnen worden, durven we spreken van een good practice.



Checklist:

- Wordt de beoogde doelgroep bereikt?
- Is de campagne aantrekkelijk voor de doelgroep waarvoor ze bestemd is?
- Ligt de slogan gemakkelijk in de mond?
- Is de campagne visueel aantrekkelijk?
- Is er een gadget aan de campagne gekoppeld?
- Bereikt de campagne de doelgroep via gevarieerde kanalen?
- Is de doelstelling van de campagne duidelijk (of eerder verdoken)?
- Is de campagne geloofwaardig (of eerder fictief)?
- Zet de campagne aan tot nadenken over de nadelen van alcohol?
- Is er onderzoek gebeurd rond doelgerichtheid of is er een positieve evolutie in het gedrag van de doelgroep merkbaar na de campagne?

## 3.2 Onderzoeksresultaten

### 3.2.1 Enquête

Om de enquêtes grondig te analyseren, dienen ze eerst verwerkt te worden in een databestand. Hiervoor maken wij gebruik van SPSS, een statistisch computerprogramma waarbij wij onze resultaten gaan coderen, invoeren en analyseren. In de bevroegde school werden in totaal 265 enquêtes verspreid. Hiervan kunnen 219 enquêtes als correct ingevuld beschouwd worden. 46 enquêtes zijn ongeldig, omdat ze onvolledig ingevuld werden of omdat de ondervraagden niet voldoen aan de vooropgestelde leeftijdseisen. Opvallend is dat 81,3 % van de enquêtes ingevuld werden door meisjes. Hierdoor kunnen onze onderzoeksresultaten in het algemeen niet als betrouwbaar beschouwd worden. We mogen dus niet zomaar veralgemenen, onze resultaten mogen niet beschouwd worden als geldend voor de volledige jongerenpopulatie tussen 13 en 17 jaar van Mechelen. De resultaten zijn enkel representatief voor de bevroegde groep leerlingen.

**Hieronder volgen de resultaten vanuit onze onderzoeksvragen:**

*Wanneer spreken we van alcoholgebruik en alcoholmisbruik?*

Tabel 12: Maximaal aantal glazen per dag

Max. aantal glazen per dag	Aantal
Niet van toepassing	195 (89%)
1-3 glazen	17 (7,8%)
4-8 glazen	5 (2,2%)
9-12 glazen	1 (0,5%)
meer	1 (0,5%)

Van de 219 enquêtes gaven zeventien jongeren aan 1 tot 3 glazen alcohol per dag te drinken, vijf jongeren 4 tot 8 glazen, één jongere 9 tot 12 en zelfs één jongere meer dan 12 glazen alcohol per dag. We kunnen besluiten dat er bij zeven van de bevroegde jongeren, sprake is van alcoholmisbruik (3,2%).

Tabel 13: Zes glazen of meer per gelegenheid

Zes glazen of meer per gelegenheid	Aantal
Nooit	178 (81,3%)
Is al 1 keer gebeurd	<b>23 (10,5%)</b>
1 keer per maand	9 (4,1%)
Meerdere keren per maand	5 (2,3%)
1 keer per week	<b>4 (1,8%)</b>

Opvallend in deze tabel is dat vier van de bevroegde jongeren 1 keer per week zes of meer glazen alcohol bij één gelegenheid drinken. Bij deze jongeren is er ook sprake van alcoholmisbruik (1,8%). 10,5% van de bevroegde jongeren gaf aan ooit al zes of meer glazen alcohol gedronken te hebben bij één gelegenheid.

Waarom drinken jongeren alcohol?

Tabel 14: Redenen voor het drinken van alcohol

	Niet akkoord	akkoord
Om mijn problemen te vergeten	123	9
Al mijn vrienden doen het	114	18
Het is lekker	57	<b>74</b>
Het is saai als je niet drinkt	115	17
andere redenen		52

Het merendeel van de minderjarige jongeren, die op deze vraag geantwoord heeft, zegt alcohol te drinken omdat het lekker is. 52 jongeren geven een andere reden aan voor het drinken van alcohol (zie tabel 15). 44 van deze 52 jongeren geven aan nooit alcohol te drinken.

Tabel 15: Andere redenen voor het drinken van alcohol

Andere redenen	Aantal
Ik drink geen alcohol	<b>38</b>
Gezelligheid/sfeer	2
relaxerend	1
Speciale gelegenheden	2
Omdat ik mocht	1
Omdat het niet mag	<b>4</b>
Alcohol is niet goed	<b>2</b>
Feestje	1
Het maakt je lossier	1

Welke invloed hebben verschillende factoren (omgevingsfactoren, religie, leeftijd, geslacht en studieniveau) op alcoholconsumptie?

### Omgevingsfactoren

Tabel 16: Hoogste diploma moeder/hoe vaak drink je alcohol

		Hoe vaak drink je alcohol				Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	Totaal
		Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand		
hoogste diploma moeder	Lager onderwijs	7	0	0	3	1	11
	Secundair onderwijs	19	6	1	4	10	40
	Hoger onderwijs (Hogeschool of universiteit)	15	9	2	5	10	41
	Ik weet het niet	93	10	1	7	16	127
Totaal		134	25	4	19	37	219

Uit de antwoorden kunnen we afleiden dat jongeren waarvan de moeder hoger onderwijs genoten heeft, vaker alcohol gebruiken dan jongeren waarvan het hoogste diploma van de moeder van het niveau lager onderwijs is. Slechts 36% van de jongeren waarvan de moeder een hoger diploma heeft, drinkt nooit alcohol, terwijl dit bij jongeren waarvan de moeder slechts lager onderwijs genoten heeft 63% is. Nul % van ondervraagde jongeren waarvan de moeder enkel het diploma lager onderwijs heeft, drinkt één keer per week alcohol. Bij de jongeren met een hoger opgeleide moeder bedraagt dit percentage 21%.

Tabel 17: Hoogste diploma vader/hoe vaak drink je alcohol

		Hoe vaak drink je alcohol					Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	Totaal
		Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand			
hoogste diploma vader	Lager onderwijs	4	2	0	1	2	9	
	Secundair onderwijs	19	5	1	8	12	45	
	Hoger onderwijs (Hogeschool of universiteit)	16	9	2	4	10	41	
	Ik weet het niet	95	9	1	6	13	124	
Totaal		134	25	4	19	37	219	

Uit bovenstaande grafiek kunnen we aflezen dat bij de bevroegde jongeren het diploma van de vader minder effect heeft op het alcoholgebruik. 44% van de jongeren waarvan de vader enkel lager onderwijs genoot gebruiken nooit alcohol, ten opzichte van 39% van de jongeren waarvan de vader hoger onderwijs volgde. Dit verschil is nog kleiner als we de cijfers van "1 keer per week" vergelijken, namelijk 22% t.o.v. 21%.

Tabel 18: Lidmaatschap jeugdhuis/hoe vaak drink je alcohol

		Hoe vaak drink je alcohol					Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	Totaal
		Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand			
lidmaatschap jeugdhuis	ja	6	5	1	2	0	14	
	nee	128	20	3	17	37	205	
Totaal		134	25	4	19	37	219	

Tabel 19: Lidmaatschap sportclub/hoe vaak drink je alcohol

		Hoe vaak drink je alcohol					Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	Totaal
		Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand			
lidmaatschap sportclub	ja	25	9	3	7	16	60	
	nee	109	16	1	12	21	159	
Totaal		134	25	4	19	37	219	

Tabel 20: Lidmaatschap jeugdbeweging/hoe vaak drink je alcohol

		Hoe vaak drink je alcohol					Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	Totaal
		Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand			
lidmaatschap jeugdbeweging	ja	8	6	0	2	4	20	
	nee	126	19	4	17	33	199	
Totaal		134	25	4	19	37	219	

Bij de ondervraagde jongeren komen we tot volgende resultaten: het percentage jongeren die nooit of bijna nooit drinken ligt het hoogst bij diegene die lid zijn van een sportclub, namelijk 68%. In de jeugdbeweging bedraagt dit percentage 60% en bij de leden van een jeugdhuis 42%. Het wekelijks nuttigen van alcohol komt het vaakst voor bij het lidmaatschap van een jeugdhuis (35%) of jeugdbeweging (30%). Regelmatig alcoholgebruik komt bij de ondervraagde jongeren die lid zijn van een sportclub het minst vaak voor (15%).

## Religie

Tabel 21: Religie/hoe vaak drink je alcohol

		Hoe vaak drink je alcohol					Totaal
		Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand	Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	
Religie	Christendom	37	13	1	5	16	72
	Islam	63	0	0	0	0	63
	Jodendom	1	0	0	0	0	1
	Atheïsme	13	2	0	4	7	26
	Boeddhisme	0	1	0	0	0	1
	Andere	20	9	3	10	13	55
Totaal		134	25	4	19	36	218

Opvallend in bovenstaande tabel is, dat 100% van de Joden en Islamitische jongeren nooit alcohol gebruiken. Het nooit of weinig gebruik van alcohol komt voor bij 76% van de atheïstische jongeren en bij 73% van de christelijke jongeren. 100% van de Boeddhistische jongeren gebruikt 1 keer alcohol per week, maar aangezien er maar één van de ondervraagde jongeren Boeddhisme als religie aanduidde is dit cijfer helemaal niet representatief.

## Leeftijd

Tabel 22: Leeftijd/hoe vaak drink je alcohol

		Hoe vaak drink je alcohol					Totaal
		Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand	Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	
Leeftijd	12	13	0	0	0	1	14
	13	25	1	0	0	6	32
	14	38	2	1	2	10	53
	15	27	10	0	7	8	52
	16	20	10	2	6	4	42
	17	11	2	1	4	8	26
Totaal		134	25	4	19	37	219

De bovenstaande tabel toont heel duidelijk dat er een enorme stijging is in het wekelijks alcoholgebruik bij 15- (19%) & 16-jarigen (23%) in vergelijking met de 14-jarigen (3%). Bij de ondervraagde jongeren merken we een duidelijke daling op in het zich onthouden van alcohol vanaf 15 jaar. Bij de 14 jarigen is dit nog 71%, bij 15-jarigen is dit slechts 51%.

## Geslacht

Tabel 23: Geslacht/hoe vaak drink je alcohol

	Hoe vaak drink je alcohol					Totaal
	Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand	Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	
Geslacht jongen	24	5	0	4	8	41
meisje	110	20	4	15	29	178
Totaal	134	25	4	19	37	219

Uit bovenstaande tabel kunnen we geen algemene conclusie trekken. Het percentage jongens of meisjes die nooit of bijna nooit alcohol gebruiken, ligt even hoog, namelijk 78%. Het wekelijks gebruiken van alcohol komt in de ondervraagde groep zowel bij jongens (12%) als bij meisjes (11%) ongeveer even vaak voor.

## Studieniveau

Tabel 24: Studieniveau/hoe vaak drink je alcohol

	Hoe vaak drink je alcohol					Totaal
	Nooit	1 keer per week	2 keer per week	1 keer in de maand	Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden	
Studie TSO	59	12	1	11	22	105
BSO	75	13	3	8	15	114
Totaal	134	25	4	19	37	219

Uit bovenstaande tabel kunnen we het volgende afleiden, maar niet veralgemenen: het zich volledig onthouden van alcohol, ligt bij de BSO leerlingen (65%) hoger dan bij de TSO leerlingen (56%). Het alcohol consumeren bij speciale gelegenheden, komt dan iets vaker voor bij de TSO leerlingen (20%) dan bij BSO leerlingen (13%). Het wekelijks gebruiken van alcohol komt voor beide groepen bijna even vaak voor (11%).

Wat zijn de effecten van alcohol op zowel lichaam als geest bij jongeren?

Tabel 25: Risico's op korte termijn

	<b>Ja</b>	<b>Nee</b>
Ik weet dat er lichamelijke risico's zijn	190 of 87,15%	28 of <b>12,84%</b>
Ik weet dat er psychische risico's zijn	177 of 81,19%	41 of <b>18,80%</b>
Ik weet dat ik en andere weggebruikers extra risico lopen in het verkeer	182 of 83,49%	36 of 16,51%

Uit de ondervraging blijkt, dat jongeren zich meer bewust zijn van de lichamelijke risico's, en minder van de psychische risico's. 12,84% van de ondervraagde jongeren zijn zich niet bewust van de lichamelijke risico's. 18,80% van de ondervraagde jongeren zijn zich niet bewust van de psychische risico's. De grootste groep jongeren zijn zich wel bewust van de risico's op korte termijn.

Tabel 26: Mogelijke situaties nadat je gedronken hebt

	<b>Ja</b>	<b>Nee</b>
Ik heb een aanrijding veroorzaakt	1 (0,5%)	218 ( <b>99,5%</b> )
Ik heb black-out gehad	11 (5%)	208 ( <b>95%</b> )
Spijt van bepaald gedrag (seks)	13 (5,9%)	206 ( <b>94,1%</b> )
Ik gedraag mij impulsiever	<b>16</b> (7,3%)	203 ( <b>92,7%</b> )
Ik ben in het ziekenhuis beland	3 (1,4%)	216 ( <b>98,6%</b> )
Ik had een alcoholvergiftiging	/	219 ( <b>100%</b> )



Uit bovenstaande tabel, kan je afleiden dat 16 (7,3%) van de ondervraagde jongeren aangeven zich impulsiever te gaan gedragen, na het gebruik van alcohol. Uit de bevraging blijkt ook dat meer dan 90% van de ondervraagde jongeren nog nooit in een negatieve situatie terecht kwam door het gebruik van alcohol.

Zijn jongeren voldoende op de hoogte van de wetgeving omtrent de verkoop en aankoop van alcohol en welke gevaren alcohol met zich meebrengt?

Tabel 27: Kennis van de wetgeving

	Je alcohol mag drinken vanaf 14 jaar	Je alcohol mag drinken vanaf 15 jaar	<b>Je alcohol mag drinken vanaf 16 jaar</b>	Je sterke drank mag drinken vanaf 16 jaar	Je sterke drank mag drinken vanaf 17 jaar	<b>Je sterke drank mag drinken vanaf 18 jaar</b>
Wetgeving stelt dat(alcohol > dan 0,5%)	2 (0,9%)	6 (2,8%)	210 (96,3%)	/	/	/
Wetgeving stelt dat (sterke drank mag drinken)	/	/	/	14 (6,4%)	9 (4,1%)	195 (89,4%)

96,3% van de ondervraagde jongeren is op de hoogte van de minimumleeftijd voor alcoholgebruik, namelijk 16 jaar. Wat sterke dranken betreft, bedraagt het percentage dat op de hoogte is 89,4%. Opvallend is dat 23 van de bevragede jongeren de minimumleeftijd voor sterke drank helemaal niet kennen (10,6%).

Welke kennis en houding hebben jongeren t.o.v. de wetgeving?

Tabel 28: Meningen over het feit dat verkooppunten naar leeftijd mogen vragen

Meningen	Aantal
Een goede zaak	155 ( <b>71,4%</b> )
Ik ben het er niet mee eens	32 ( <b>14,7%</b> )
Ik vind het wel terecht, maar ben er niet blij mee	26 ( <b>12%</b> )
Ik heb een andere mening	4 (1,8%)

We hebben in onze enquête enkel de mening gevraagd over het feit dat verkopers van alcohol de leeftijd van jongeren mogen controleren. We hebben niet bevestigd of jongeren akkoord zijn met de vastgelegde leeftijden voor het gebruik van alcohol en sterke dranken. 83,4 % van de ondervraagde jongeren is akkoord met de leeftijdscontrole, 12% hiervan is hier echter niet zo blij mee. 14,7% is het helemaal niet eens met het feit dat verkooppunten naar je leeftijd mogen vragen.

Tabel 29: Toepassingen van de wet

	Dat mag	Dat mag niet	Totaal
Ik ben 13 jaar en ik wil een fles wijn kopen voor mijn mama in de supermarkt	36 (16,5%)	182 ( <b>83,5%</b> )	218
Ik ben 17 jaar en ik wil een pintje kopen op café.	176 ( <b>80,7%</b> )	42 (19,3%)	218
Ik ben 14 jaar en ik wil een pintje kopen op café	7 (3,2%)	210 ( <b>96,8%</b> )	217
Ik ben 16 jaar en ik wil een breezer kopen in de nachtwinkel.	93 (43,1%)	123 ( <b>56,9%</b> )	216
Ik ben 15 jaar en ik wil een pintje kopen op een fuif.	53 (24,4%)	164 ( <b>75,6%</b> )	217
Ik ben 18 jaar en ik wil een	175 ( <b>80,6%</b> )	42 (19,4%)	217

fles sterke drank kopen in een tankstation.			
---	--	--	--

Algemeen kan gesteld worden dat de grootste groep van de ondervraagde jongeren (meer dan 80%) kennis heeft van de wetgeving. Het grootste struikelblok zijn de sterke dranken, zoals bijvoorbeeld een Breezer. Het is voor de jongeren niet duidelijk vanaf welke leeftijd die gedronken mag worden. 43,1% van de ondervraagde jongeren beantwoordde deze vraag foutief. Net als in de literatuurstudie merken we dat 15 jaar een kantelleeftijd is voor het gebruik van alcohol. 24,4% van de ondervraagde jongeren denkt dat een pintje drinken op een fuif reeds mag op 15-jarige leeftijd.

Hebben de verkooppunten ooit de wet overtreden?

Tabel 30: Leeftijd/supermarkt

		In de supermarkt		Totaal
		ja	nee	
Leeftijd	12	0	14	14
	13	0	32	32
	14	1	52	53
	15	4	48	52
	16	10	32	42
	17	9	17	26
Totaal		24	195	219

Tabel 31: Leeftijd/café

		Op café		Totaal
		ja	nee	
Leeftijd	12	0	14	14
	13	1	31	32
	14	1	52	53
	15	7	45	52
	16	14	28	42
	17	12	14	26
Totaal		35	184	219

Tabel 32: Leeftijd/tankstation

		Tankstations		Totaal
		ja	nee	
Leeftijd	12	0	14	14
	13	0	32	32
	14	1	52	53
	15	1	51	52
	16	2	40	42
	17	2	24	26
Totaal		6	213	219

Tabel 33: Leeftijd/nachtwinkel

		In de nachtwinkel		Totaal
		ja	nee	
Leeftijd	12	0	14	14
	13	0	32	32
	14	3	50	53
	15	9	43	52
	16	10	32	42
	17	8	18	26
Totaal		30	189	219

Bij de onderzoeksvraag of verkooppunten zich aan de wet houden, gingen we vooral na waar jongeren alcohol aankopen. Bij de ondervraagde 13-jarigen koopt 3% alcohol in een café. Bij de 14-jarigen is dit 1,8% in een café, 1,8% in de supermarkt, 1,8% in een tankstation en 5,6% in de nachtwinkel. Bij de 15-jarigen is dit 1,9% in de tankstations, 7% in de supermarkt, 13% in een café en 17% in de nachtwinkel.

### **3.2.2 Interviews**

In totaal werden er slechts vier verkooppunten bereid gevonden om zich te laten interviewen: twee cafés, één supermarkt en één nachtwinkel (persoonlijke communicatie, 29 maart 2016). De bevindingen zijn niet generaliseerbaar en zijn enkel geldig voor de betrokken verkooppunten.

Aan de hand van de bandopname en bijkomende notities, typten we de afgenomen interviews uit in Word. De resultaten van dit onderzoek worden hieronder geschetst. Aan de hand van de deelonderzoeksvragen brengen we de resultaten in kaart om te eindigen met een voorlopig antwoord op de onderzoeksvraag.

#### *Wanneer spreken we van alcoholgebruik en alcoholmisbruik?*

Op de vraag of er wel degelijk een probleem is op gebied van alcoholmisbruik verkregen we volgende resultaten:

De uitbater van café 1 gaf aan dat jongeren nu sneller dan vroeger geneigd zijn om meer sterke drank te consumeren. Vroeger werd er meer een gewoon pintje gedronken, waardoor er minder snel sprake was van alcoholmisbruik. (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De barman van café 2 heeft weinig zicht op de schaalgrootte van de alcoholproblematiek. In vergelijking met Nederland hebben wij in België niet echt speciale afdelingen voor alcoholproblemen. De respondent moest ook nog nooit een ambulance bellen na een incident van alcoholmisbruik. (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

Van de manager van de supermarkt kregen wij geen duidelijk antwoord op deze vraag (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel had nog nooit dronken mensen in de nachtwinkel gezien. Het vermoeden was er wel dat dronkenschap tijdens een festival kon voorkomen (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

Alle respondenten geven aan zich schuldig of verantwoordelijk te voelen, mocht een minderjarige jongere in het ziekenhuis belanden na het aankopen van alcohol in hun zaak (Persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

### Waarom drinken jongeren alcohol?

Op de vraag wat de oorzaken kunnen zijn van alcoholgebruik bij minderjarige jongeren, gaven de respondenten verschillende drijfveren aan.

De uitbater van café 1 had de vraag niet zo goed begrepen (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

Volgens de barman van café 2 is groepsdruk de belangrijkste factor tot het gebruik van alcohol (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De manager van de supermarkt denkt dat erbij willen horen, experimenteren en uitproberen aan de basis liggen van het drinken. De grootste oorzaak zou bij de ouders liggen en jongeren zouden vooral kopieergedrag stellen (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel had de vraag niet begrepen. (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

### Welke invloed hebben verschillende factoren (omgevingsfactoren, religie, leeftijd, geslacht en studieniveau) bij alcoholconsumptie?"

Deze vraag hebben we niet voorgelegd tijdens de interviews met de verkooppunten, maar onderzochten we via het literatuuronderzoek.

### Wat zijn de effecten van alcohol op zowel lichaam als geest bij jongeren?

Aan de respondenten werd er gevraagd wat, volgens hen, de nadelige gevolgen zijn van het drinken van alcohol, bij minderjarige jongeren, eventueel met voorbeelden op korte en lange termijn.

Volgens de uitbater van café 1 gaan jongeren op korte termijn eerder ruzie beginnen zoeken en kleine stommeitaten begaan. Op lange termijn vermoedt hij eerder verslaving, maar hij geeft aan dit moeilijk te kunnen inschatten, omdat hij zelf nooit gedronken heeft (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De barman van Café 2 denkt dat de gevolgen op korte termijn vooral merkbaar zijn op het vlak van het gedrag, op school en op het werk. Anderzijds denkt hij dat afbraak van de hersenen het resultaat is op lange termijn (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De manager van de supermarkt denkt dat de ontwikkeling van de hersenen in het gedrang komt. De hersenen zijn niet volgroeid en dan ben je volgens de manager "minder scherp" (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel maakte zich vooral zorgen dat jongeren op een te jonge leeftijd alcohol consumeren. Aangezien de verkoopster zelf kinderen heeft, maakt zij zich hierover zorgen (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

*Zijn jongeren voldoende op de hoogte van de wetgeving omtrent de verkoop en aankoop van alcohol en welke gevaren alcohol met zich meebrengt?*

De uitbater van café 1 kwam nog nooit in contact met jongeren onder de 16 jaar die alcohol wilden kopen. Het vermoeden is dus dat jongeren op de hoogte zijn van de wetgeving (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De barman van café 2 geeft aan regelmatig in contact te komen met jongeren die alcohol wilden kopen. Er is twijfel of de jongeren voldoende op de hoogte zijn van de wetgeving (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

In de supermarkt komt alcoholverkoop aan jongeren voor, maar stelt wel geen wekelijks probleem (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel geeft aan vaak identificatiegegevens te vragen aan jongeren. Dit kan wijzen op onvoldoende kennis van de wetgeving of de strafmaatregelen (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

*Welke kennis hebben verkopers van de wetgeving omtrent verkoop van alcohol?*

Slechts twee van de vier respondenten zijn voldoende op de hoogte en weten te vertellen dat er geen alcohol mag verkocht worden aan min 16- jarigen. Ook weten ze dat er tussen 16-18 jaar enkel bier en andere lichte dranken mag verkocht worden en dat vanaf 18 jaar jongeren ook sterke drank mogen drinken.

De uitbater van café 1 denkt dat jongeren geen alcohol mogen drinken, tenzij ze in gezelschap zijn van een oudere. Daarnaast heeft hij het vermoeden dat je vanaf 18 jaar alcoholische dranken mag drinken en vanaf 21 sterke drank. Hij kent niet het verschil tussen de wetgeving voor min 16- en min 18-jarigen (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De barman van café 2 kent de wetgeving i.v.m. alcoholgebruik bij minderjarigen. Hij geeft aan dat de wetgeving er kwam om misbruik tegen te gaan (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

In de supermarkt is de wetgeving gekend (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

In de nachtwinkel verliep de communicatie hierover moeilijk. We kregen tegenstijdige antwoorden. Op de ene vraag kregen we het antwoord dat er geen

alcohol verkocht werd aan jongeren beneden 18 jaar, anderzijds is bier verkopen aan min 16-jarigen gemakkelijk (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

Welke kennis hebben de verkooppunten van de straffen die gelden op de verkoop van alcohol aan minderjarigen?

De uitbater van café 1 weet dat hij verantwoordelijk kan gesteld worden bij inbreuken tegen de wetgeving, maar dat dit enkel voorkomt in extreme gevallen. Zelf werd hij nog nooit beboet en hij probeert dit ook te voorkomen. Hij vindt de straffen goed, maar denkt dat hij er anders over zou spreken, mocht hij ooit tegen de lamp lopen. Hij denkt dat anderen de wet overtreden puur uit winstbejag. Hij kreeg nog geen controle, omdat zijn zaak pas werd geopend oktober laatsleden (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De barman van café 2 weet dat er serieuze boetes staan op inbreuken tegen de wetgeving en dat het zelfs kan voorkomen dat je je café moet sluiten. Inbreuken worden volgens hem vooral gemaakt voor de winst, maar zeker ook uit onwetendheid. Hij prijst zich gelukkig omdat hij zelf nog nooit beboet werd. Hij weet niet of het café ooit controle kreeg van de dienst inspectie of de FOD volksgezondheid (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De manager van de supermarkt durft zich niet uit te spreken over de straffen die gelden in België op de verkoop van alcohol aan minderjarigen. Hij zegt minder bezig te zijn met straffen maar ging ooit eens naar een infosessie. De dienst inspectie kwam vooral in functie van de voedselveilig en minder in functie van alcoholverkoop (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel vindt de straffen voor zichzelf minder belangrijk, maar wil eerder denken aan de mensen. De uitbaatster kreeg één keer een controle van de inspectie, dit was niet i.v.m. alcohol, maar i.v.m. de verkoop van sigaretten (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).



### Hebben de verkooppunten ooit de wet overtreden?

De uitbater van café 1 beweert dat dit bij zijn weten nog nooit gebeurde. Hij gaat vooral af op het uiterlijk en bij twijfel vraagt hij naar de identiteit (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De barman van café 2 kreeg al heel vaak de vraag naar alcohol van jongeren onder de 16 jaar, maar geeft aan zich strikt aan de wetgeving te houden. Wanneer jongeren hun leeftijd niet kunnen bewijzen, krijgen ze ook geen alcohol (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De manager van de supermarkt komt regelmatig in contact met jongeren die alcohol willen kopen. Als er een discussie is met de kassierster, wordt de gerant erbij geroepen. Jongeren gebruiken vaak een trucje door te zeggen dat ze binnen de maand jarig zijn, maar wet blijft wet. Gelukkig was het nog nooit nodig om de politie erbij te halen. Hij is goed op de hoogte van het onderzoek van de stad Mechelen. Tegelijkertijd geeft hij aan wekelijks 10.000 klanten over de vloer te krijgen. Hij heeft dus geen belang bij het illegaal verkopen van alcohol aan minderjarigen. Er wordt wel eerlijk aangegeven dat hij zijn hand niet in het vuur wil steken, en dat er niet eens iemand door de mazen van het net glipt (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel zegt vaak het paspoort van minderjarigen te vragen, maar de jongeren zich er vaak willen uitbabbelen. Ze beweert nog nooit alcohol verkocht te hebben aan minderjarigen (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

### Hoe staan verkooppunten tegenover de wetgeving?

Drie respondenten gaven aan volledig achter de wetgeving te staan. Algemeen vindt iedereen de huidige wetgeving een goede zaak en ze zien deze wetgeving niet vlug veranderen.

De uitbater van café 1 kan zich volledig vinden in de wetgeving en zou de minimumleeftijd zeker niet willen verlagen (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De barman van café 2 staat ook helemaal achter de wetgeving. Zo zouden jongeren onder de 16 jaar nog niet op een verantwoorde manier kunnen omgaan met alcohol en jongeren onder de 18 jaar nog niet met sterke drank. Hij denkt dat het optrekken van de leeftijdsgrens geen zin heeft, omdat controleren dan nog moeilijker wordt. Hij vermoedt dat de jongeren via hun vrienden toch aan alcohol zullen geraken. De vergelijking met Engeland wordt gemaakt. Daar ligt de leeftijdsgrens hoger maar gelden ook de hoogste cijfers voor comazuipen bij jongeren (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De manager van de supermarkt staat absoluut positief tegenover de wetgeving. Hij denkt dat de wetgeving nu past bij de huidige maatschappij. Het compleet verbieden van alcohol heeft volgens hem zeker geen zin (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel geeft aan de vraag niet te begrijpen van zodra we het woord wetgeving in de mond nemen (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

### Op welke manier gaan verkooppunten om met het sensibiliseren van jongeren?

In café 1 hebben ze aan de deur een sticker waarop vermeld staat dat jongeren onder de 16 jaar geen alcohol mogen drinken. Voor de rest is er geen sensibilisering hierrond. In dit café is er ook minder nood aan sensibilisering omdat zij naar eigen zeggen een ouder publiek hebben (Café 1, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

In café 2 hangen er stickers wat er mag geschonken worden en wat niet. Voor de rest wordt aangegeven dat jongeren wel weten wat mag en niet mag en dat meer sensibilisering niet hoeft (Café 2, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

Er hangen duidelijk stickers aan de kassa en aan de rayon van de breezers in de supermarkt. De stickers worden vaak genegeerd en dus is training van het personeel een belangrijker item in de supermarkt. Hij verwees om eens te kijken naar de stad Leuven waar ze goede campagnes hebben met leuke slogans (Supermarkt, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

De verkoopster van de nachtwinkel gaf aan dat sensibiliseren niet nodig is, omdat jongeren de wetgeving kennen. Op acht jaar tijd, kreeg ze slechts vijf keer de vraag van minderjarigen om alcohol te verkopen. Het zijn niet de jongeren uit Mechelen die alcohol aankopen, maar jongeren die naar een muziekfestival komen (Nachtwinkel, persoonlijke communicatie, 29 maart 2016).

### De centrale onderzoeksvraag: "Hoe kunnen we jongeren en verkooppunten in Mechelen sensibiliseren omtrent alcoholconsumptie en verkoop van alcohol?"

We kunnen vanuit deze interviews nog niet echt een antwoord formuleren op onze centrale onderzoeksvraag. De feedback was te gering en we kregen de indruk dat er te vaak naar de mond werd gepraat werd en dus niet waarheidsgetrouw geantwoord werd. Dit laatste is een indruk en kunnen we niet bewijzen. Wat ons wel onmiddellijk opvalt, is dat er nog veel werk is aan sensibilisering en controle van verkooppunten.

### **3.2.3 Good practices**

#### **Criteria voor het selecteren van goede campagnes**

De campagnes die wij beogen, moeten betrekking hebben op onze doelgroep, namelijk jongeren tot 18 jaar- en/of de alcoholproblematiek. Op basis van de conclusies van onze literatuurstudie, streven we naar campagnes die gericht zijn op de mogelijke effecten van het consumeren van alcohol.

#### **Verschillende campagnes onder de loep**

In wat volgt zullen we enkele campagnes rond alcoholgebruik nader bestuderen. We zullen de volgende campagnes toetsen aan de theorie en verder bespreken.

##### *3.2.3.1 Campagne 1: Begin niet te vroeg, -16 geen alcohol, -18 geen sterkedrank*

Horecazaken worden vaak met de toepassing van de nieuwe wetgeving geconfronteerd en zijn bijgevolg een belangrijke partner om het alcoholgebruik bij jongeren verder terug te dringen. Voor deze campagne werd samengewerkt met de drie Belgische horecafederaties (Horeca Vlaanderen, Horeca Brussel & Horeca Wallonië). Er werd een zelfklever ontwikkeld (zie bijlage 4: zelfklever) om het personeel van horecazaken constant te herinneren aan de leeftijdsgrenzen. De zelfklevers worden best op de toeg of duidelijk zichtbaar erachter gehangen. Ze vatten de leeftijdsgrenzen kort en duidelijk samen. Door de zelfklevers op te hangen, helpen uitbaters deze boodschap verder te verspreiden. Bovendien is het voor barpersoneel gemakkelijker om alcohol te weigeren aan wie hiervoor niet de geschikte leeftijd heeft. De zelfklevers zijn namelijk een neutrale weergave van de wet. Als een minderjarige aandringt, kan het barpersoneel eenvoudig naar de sticker verwijzen, om duidelijk te maken dat het nu eenmaal om een algemene regel gaat (VAD, z.d.).

Naast de zelfklever werd ook een barbriefing opgesteld (zie bijlage 5: barbriefing) die horeca-uitbaters kunnen uitdelen aan het barpersoneel dat tapt en alcohol schenkt. Zo is iedereen op de hoogte van de precieze wetgeving, van de gezondheidsargumenten voor die wetgeving, en van een aantal tips over hoe om te gaan met dronken klanten. Ten slotte zijn er nog affiches die hetzelfde doel dienen als de zelfklevers, maar uiteraard wat opvallender zijn (VAD, z.d.).

Het campagne filmpje kan je steeds raadplegen via YouTube (De Druglijn, 2015).

### *3.2.3.2 Campagne 2: Ken je maat!*

Deze campagne wil jongeren aansporen om meer voor elkaar te zorgen tijdens het uitgaan. Een avondje uit kan leiden tot ernstige gevolgen als er veel alcohol aan te pas komt en wanneer men niet voor mekaar zorgt. Om deze campagne te verwezenlijken werd een filmpje gemaakt met twee acteurs die laten zien hoe een goede maat het verschil kan maken tussen een leuke avond en een avond die in het ziekenhuis eindigt (Joetz, z.d.).

Naast dit filmpje, dat werd verspreid via sociale media, werden er ook meer dan 20.000 fietszadelhoezen en flyers uitgedeeld in alle grote studentensteden in Vlaanderen.

Het campagne filmpje kan je steeds raadplegen via YouTube (Joetz vzw, 2016).

### *3.2.3.3 Campagne 3: Hou kinderen alcoholvrij*

Heel wat ouders vragen zich af vanaf welke leeftijd ze hun kinderen alcohol mogen laten proeven of drinken. Om deze vraag te beantwoorden werd de alcoholcampagne 'Hou kinderen alcoholvrij' gelanceerd. Een filmpje voor ouders en andere opvoeders, maakt duidelijk dat het gebruik van alcohol door jongeren best zo lang mogelijk uitgesteld wordt (VAD, z.d.).

Het campagne filmpje kan je steeds raadplegen via YouTube (Schrooten, 2007).

### *3.2.3.4 Campagne 4: Geniet, maar ga er niet over*

De Stad Gent lanceerde een campagne "Geniet, maar ga er niet over", om duidelijk te maken dat teveel alcohol drinken minder leuke gevolgen kan hebben. Ze gebruikten hiervoor beelden die rechtstreeks gehaald werden van internet, Facebook en YouTube. De beelden werden dus niet getrukeerd. De foto's van jongeren die na een avondje stappen een gigantische kater overhielden, kwamen terecht op de cover van postkaarten en affiches (zie bijlage 6: foto's van affiches/postkaarten). Jongeren werden op die manier gemotiveerd om niet op zo'n postkaart terecht te komen. De postkaarten en affiches werden verspreid in de verschillende Gentse cafés. Daarnaast werd ook een website ontwikkeld. Op de website van "Bekijk het eens nuchter" vind je informatie over alcohol, zowel voor feestvierders als organisatoren van een fuif (Stad Gent, z.d.).

Het campagne filmpje kan je steeds raadplegen via YouTube (ModuloAdvertising, 2010).

## Bespreken van de campagnes a.d.h.v. de checklist

- Wordt de beoogde doelgroep bereikt?

De 4 campagnes bereiken de beoogde doelgroep. Campagne 1 is gericht op uitbaters van horecazaken. Campagne 2 en 4 hadden als doelgroep jongeren en studenten, terwijl campagne 3 vooral gericht is op de ouders.

- Is de campagne aantrekkelijk voor de doelgroep waarvoor ze bestemd is.

Aantrekkelijkheid is relatief en subjectief. We durven stellen dat de 4 campagnes aantrekkelijk zijn voor de doelgroep die ze willen bereiken. Het is logisch dat een campagne voor ouders (informatief) een totaal andere uitstraling heeft dan die voor studenten en/of jongeren (ludiek).

- Ligt de slogan gemakkelijk in de mond?

Hier stellen we vast dat de slogan bij campagne 1 nogal lang is en daardoor minder goed in de mond ligt. Had men zich beperkt tot het stukje "Begin niet te vroeg" dan was dat volgens ons iets beter geweest. De andere drie slogans zijn kort, duidelijk en krachtig.

- Is de campagne visueel aantrekkelijk?

We worden visueel aangetrokken tot de campagnes, en daardoor durven we stellen dat ze alle vier visueel aantrekkelijk zijn.

- Is er een gadget aan de campagne gekoppeld?

Opvallend is dat er slechts bij één campagne gebruik gemaakt werd van een gadget, namelijk bij campagne 2. Daar werden fietszadelhoesjes uitgedeeld. Bij campagne 1 was er gebruiksmateriaal beschikbaar om de campagne te ondersteunen (bv. polsbandjes).

- Bereikt de campagne de doelgroep via gevarieerde kanalen?

Campagne 1: maakt gebruik van informatiebrieven, stickers, affiches, polsbandjes.

Campagne 2: een video met acteurs van "Thuis", een quiz, een facebookbutton en fietszadelhoesjes. Dit is de meest gevarieerde campagne.

Campagne 3: gebruikt een filmpje en een informatiebrochure.

Campagne 4: gebruik een filmpje, postkaarten en affiches.

- Is de doelstelling van de campagne duidelijk (of eerder verdoken)?

Campagne 1: de doelstelling van de campagne wordt letterlijk weergegeven, namelijk "Begin niet te vroeg: -16 geen alcohol, -18 geen sterke drank"

Campagne 2: de doelstelling is hier eerder verdoken. Het filmpje is zeer duidelijk, maar de slogan op het fietszadelhoesje of de facebookbutton legt niet direct de link met het zorgen voor elkaar bij overmatig alcoholgebruik.

Campagne 3: deze doelstelling is heel duidelijk. Tijdens het filmpje heb je naast beelden ook onmiddellijk uitleg.

Campagne 4: net zoals bij campagne 2 is hier de doelstelling opnieuw verdoken. De doelgroep is dezelfde als bij campagne 2, namelijk de jongeren. Wij vermoeden dat dit een heel bewuste keuze is omdat deze manier waarschijnlijk beter werkt bij deze doelgroep dan een betuttelende aanpak. Wij geloven dat een verdoken, ludieke campagne het meest effect heeft bij jongeren en meer tot denken aanzet.

- Is de campagne geloofwaardig (of eerder fictief)?

De vier campagnes zijn geloofwaardig. Bij campagne 3 zijn de beelden zeer extreem gekozen. Voor personen die niet tot de doelgroep behoren, kan dit als fictief overkomen. Wij denken dat de campagnevoerders zich hiervan bewust zijn, omdat ze in hun campagne duidelijk vermelden dat het over echte beelden gaat.

- Zet de campagne aan tot nadenken over de nadelen van alcohol?

Met uitzondering van campagne 1, die voornamelijk technische informatie geeft, zetten alle campagnes de doelgroep aan tot nadenken over welke effecten alcoholgebruik heeft.

- Is er onderzoek gebeurd rond doelgerichtheid of is er een positieve evolutie in het gedrag van de doelgroep merkbaar na de campagne?

Wij hebben geen weet van effectieve metingen rond doelgerichtheid van bovenstaande campagnes. We durven wel zeker stellen dat de campagnes hun effect niet zullen missen, aangezien we in de literatuurstudie opmerkten dat het alcoholgebruik sinds 2010 toch wel gevoelig gedaald is.

## **Bevindingen**

We kunnen besluiten, rekening houdend met de vooropgestelde criteria voor goede campagnes en de vooraf bepaalde quotering, dat alle bovenstaande campagnes beschouwd kunnen worden als good practices.

## 4 Conclusie en discussie

In dit laatste onderdeel formuleren we conclusies op de deelonderzoeksvragen en de centrale onderzoeksvraag. We baseren ons hiervoor zowel op de literatuurstudie als op het empirisch onderzoek. Tenslotte staan wij stil bij de beperkingen van het door ons gevoerde onderzoek.

### 4.1 Conclusie

Om een antwoord te kunnen geven op onze centrale onderzoeksvraag "Hoe kunnen we jongeren en verkooppunten in Mechelen sensibiliseren omtrent alcoholconsumptie en verkoop van alcohol?" splitsten we deze op in deel- en onderzoeksvragen. Hieronder volgen onze conclusies:

#### ***"Wanneer spreken we van alcoholgebruik en alcoholmisbruik?"***

Bij gelijkaardig alcoholgebruik spreekt men bij meisjes vlugger over alcoholmisbruik dan bij jongens. Alcoholmisbruik kan leiden tot een vaste gewoonte en dus tot verslaving. Hierbij kan er een vicieuze cirkel ontstaan. Dit kunnen we ook terugvinden in de literatuurstudie.

Uit interviews komt naar voor dat jongens nu sneller dan vroeger geneigd zijn om sterke drank te consumeren. Uit de enquêtes kunnen we opmaken dat er bij 3,19% van de ondervraagde jongeren dagelijks sprake is van alcoholmisbruik.

#### ***"Waarom drinken jongeren alcohol?"***

Uit de literatuur kunnen we concluderen dat de vriendengroep waarin de jongeren zich bevinden een grote rol speelt in het alcoholgebruik. Dit zowel in positieve als in negatieve zin. Uit de interviews komt vooral naar voor dat groepsdruk, erbij willen horen en experimenteren aan de basis liggen van het gebruik van alcohol bij jongeren. Uit de enquêtes blijkt dat het merendeel van de jongeren alcohol drinkt omdat ze het lekker vinden.

#### ***"Welke invloed hebben verschillende factoren (omgevingsfactoren, religie, leeftijd, geslacht en studieniveau) bij alcoholconsumptie?"***

##### *Omgevingsfactoren*

Uit de literatuur komt naar voor dat de ouderrol die opgenomen wordt een heel belangrijke invloed heeft op de manier waarop jongeren met alcohol omgaan. Ook reclame heeft een grote impact hierop. De prijs van alcohol speelt ook een belangrijke rol bij de jongeren. Naarmate alcohol betaalbaarder is, neemt de consumptie toe. Uit de literatuurstudie blijkt dat de verkrijgbaarheid van alcohol

heel sterk meespeelt: hoe makkelijker alcoholische dranken verkrijgbaar zijn, hoe hoger het alcoholgebruik is. Tijdens de interviews werd deze vraag niet voorgelegd.

Uit de enquêtes besluiten we dat het diploma van de moeder een belangrijke rol speelt in het alcoholgebruik van de jongeren. Hoe hoger het opleidingsniveau van de moeder, hoe meer alcohol jongeren gebruiken. Het effect van het diploma van de vader is hier verwaarloosbaar. Jongeren die lid zijn van een jeugdbeweging of jeugdhuis gebruiken vaker alcohol dan jongeren die lid zijn van een sportclub.

### *Religie*

Uit de literatuur komt duidelijk naar voor dat de cultuur waarin iemand leeft bepalend is voor het alcoholgebruik. In sommige religies wordt alcohol volledig afgekeurd, bijvoorbeeld in de Islam. Tijdens de interviews werd deze vraag niet voorgelegd. Vanuit de enquêtes kunnen we besluiten dat enkel alcohol gedronken wordt bij Christenen, Atheïsten en Boeddhisten. Bij de Islam en het Jodendom wordt er geen alcohol gedronken.

### *Leeftijd*

In de literatuur zien we dat het alcoholgebruik heel sterk stijgt rond de leeftijd van 14/ 15 jaar. Bij de oudere leerlingen (16-17 jarigen) komt hier ook nog eens sterke drank bij. Tijdens de interviews werd ook deze vraag niet voorgelegd. Wanneer we kijken naar de resultaten van de enquêtes wordt er een duidelijke stijging gezien in het wekelijks alcoholgebruik bij de 15-16 jarigen.

### *Geslacht*

Zowel jongens als meisjes nuttigen alcohol, zo blijkt uit de literatuurstudie. Toch kunnen we besluiten dat alcoholgebruik iets vaker voorkomt bij jongens dan bij meisjes. Ook alcoholmisbruik komt vaker voor bij jongens. Deze vraag werd niet voorgelegd tijdens de interviews. Uit de enquêtes kunnen we dan weer besluiten dat het alcoholgebruik even hoog ligt bij jongens als bij meisjes.

### *Studieniveau*

Uit de literatuur blijkt dat jongeren uit een BSO richting meer alcohol gebruiken dan jongeren uit een ASO richting. In de interviews werd deze vraag niet gesteld. In onze enquêtes hebben we geen resultaat voor leerlingen uit de ASO richting. We kunnen wel besluiten dat bij de door ons bevraagde jongeren het alcoholgebruik bij zowel de TSO als de BSO leerlingen ongeveer even hoog ligt.



***"Wat zijn de effecten van alcohol op zowel lichaam als geest bij jongeren?"***

In de literatuur maken we een onderscheid tussen effecten op korte termijn en effecten op lange termijn. Hoe meer iemand drinkt hoe meer zijn gevoelens en gedrag beïnvloed worden. Hoe groter het alcoholgebruik, hoe groter de effecten hiervan merkbaar zijn. Op langere termijn zijn vooral verslaving, mentale problemen, leverziekten en cardiovasculaire aandoeningen de ergste gevolgen. In de interviews heeft men het vooral over de gedragsproblemen, het zoeken van ruzie en het begaan van kleine stommiteiten, als effecten op korte termijn. De effecten op lange termijn zijn verslaving en afbraak van de hersenen. Volgens de enquête zijn jongeren zich meer bewust van de lichamelijke risico's dan van de psychische risico's. Algemeen kunnen we hier besluiten dat het merendeel van de door ons bevraagde jongeren zich bewust is van de risico's van alcoholgebruik op korte termijn. De bevraagde jongeren geven aan zich impulsiever te gedragen na het gebruik van alcohol.

***"Zijn jongeren voldoende op de hoogte van de wetgeving omtrent de verkoop en aankoop van alcohol en welke gevaren alcohol met zich meebrengt?"***

Uit de interviews leiden we af dat er een duidelijk verschil van mening is bij de verschillende verkooppunten over deze vraag. Sommige verkooppunten geven aan nog nooit in contact gekomen te zijn met jongeren jonger dan 16 jaar die alcohol willen kopen, terwijl dit bij andere verkooppunten regelmatig voorkomt. Het ene verkooppunt vermoedt dat jongeren goed op de hoogte zijn van de wetgeving terwijl een ander verkooppunt aangeeft hier duidelijk aan te twifelen. Uit de enquête kunnen we concluderen dat jongeren zich bewust zijn van de minimumleeftijd waarop ze alcohol mogen nuttigen (16 jaar). Daarnaast merken we op dat een kleine groep (10,5%) van de jongeren de wetgeving met betrekking tot de minimumleeftijd voor het drinken van sterke drank, onvoldoende kent.

Tevens kunnen we uit onze enquête besluiten dat de door ons bevraagde jongeren zich meer bewust zijn van de lichamelijke gevaren dan van de psychische gevaren. De grootste groep jongeren is zich wel goed bewust van de risico's op korte termijn.

*Deelvraag: "Welke houding hebben jongeren t.o.v. de wetgeving?"*

Volgens de enquêtes kunnen we concluderen dat 83,4% van de ondervraagde jongeren akkoord gaan met de leeftijdscontrole door de verkooppunten. Tevens kunnen we besluiten dat de jongeren meestal de wet correct kunnen toepassen. Er is voor hen wel enige onduidelijkheid over de leeftijd waarop sterke dranken aangekocht mogen worden.

***"Zijn verkopers voldoende op de hoogte van de wetgeving omtrent de verkoop van alcohol aan minderjarigen?"***

Uit de onderstaande deelvragen kunnen we afleiden dat de door ons geïnterviewde verkooppunten niet zo goed op de hoogte zijn van de wetgeving i.v.m. de verkoop van alcohol. De wet is onvoldoende gekend.

*Deelvraag: "Welke kennis hebben verkopers van de wetgeving omtrent verkoop van alcohol?"*

Uit de interviews blijkt dat slechts de helft van de bevraagde verkooppunten voldoende op de hoogte is van de huidige regelgeving. Opmerkelijk is dat sommige uitbaters de wetgeving helemaal niet kennen. We kunnen besluiten dat de door ons bevraagde verkooppunten niet goed op de hoogte zijn van de wetgeving.

*Deelvraag: "Welke kennis hebben de verkooppunten op de straffen die gelden op de verkoop van alcohol aan minderjarigen?"*

Uit de interviews blijkt dat de verkooppunten zich heel goed bewust zijn van het feit dat er serieuze boetes kunnen gelden, indien ze de wet overtreden. Alle vier de respondenten geven aan dat ze hier nog nooit op gecontroleerd werden.

*Deelvraag: "Hebben de verkooppunten ooit de wet overtreden?"*

In de interviews geven de vier respondenten duidelijk aan dat ze nog nooit de wet overtraden en dat ze de wet strikt naleven. Ze geven aan de jongeren te controleren, ze geven aan bij twijfel de identiteit te controleren. Ze vermelden ook heel uitdrukkelijk dat er slecht bij grote uitzondering een fout gebeurt. Maar volgens de resultaten van de enquête kunnen de 13-14 en 15 jarigen toch alcohol aankopen. In de cafés en de nachtwinkels blijkt de wet het vaakst overtreden te worden.

*Deelvraag: "Hoe staan ze tegenover de wetgeving?"*

Drie van de respondenten gaven tijdens het interview aan volledig achter de wetgeving te staan. We kunnen hieruit besluiten dat ze positief staan tegenover de wetgeving.

***"Op welke manier kunnen we jongeren en verkooppunten nog beter gaan sensibiliseren?"***

Onderstaande deelvragen formuleren een antwoord op deze onderzoeksvraag.

*Deelvraag: "Welke elementen dragen bij aan een effectieve sensibiliseringscampagne, d.w.z. een campagne die aanslaat & resulteert in gedragsverandering van de beoogde doelgroep (+ illustratie a.d.h.v. voorbeelden)"*

We kozen bewust voor een objectieve checklist om de good practices te beoordelen. In de literatuur vonden we een onderzoek van de broers Chip & Dan Heath, die na een analyse tot het besluit kwamen, dat er telkens zes principes een rol spelen bij een goede strategie voor een sensibiliseringscampagne. Als resultaat vinden we de SUCCES checklist. Om de good practices te bespreken gebruikten we een eigen checklist die nog iets ruimer opgevat werd.

*Deelvraag: "Op welke manier gaan verkooppunten om met het sensibiliseren van jongeren?"*

In de interviews geven de meeste verkooppunten aan, stickers te gebruiken die aangeven wanneer je alcohol mag drinken. De verkoopster van de nachtwinkel gaf aan dat sensibiliseren niet nodig is.

*Deelvraag: "Wat kunnen we verbeteren aan de huidige sensibilisering in Mechelen na evaluatie van de huidige maatregelen?"*

Vanuit de enquêtes kunnen we besluiten dat er een hogere nood is aan sensibilisering bij jongeren. Door de beperkte medewerking aan de enquêtes zien we dat er nog meer aandacht moet besteed worden aan sensibiliseringsacties, zowel bij jongeren, als bij scholen en verkooppunten.

*Deelvraag: "Welke elementen van een goede sensibilisering zijn toepasbaar op onze eigen aanbevelingen?"*

We kunnen besluiten dat het bv. opmaken van informatiepakketjes, het belonen met gadgets, meer controles uitvoeren, meer personeel bij controles, betere begeleiding, beloning, ... heel belangrijke elementen zijn en zeker toepasbaar op onze eigen aanbevelingen.

**Centrale onderzoeksvraag: "Hoe kunnen we jongeren en verkooppunten in Mechelen sensibiliseren omtrent alcoholconsumptie en verkoop van alcohol?"**

Uit bovenstaande conclusies kunnen we besluiten dat volgende aspecten heel belangrijk zijn:

- Kennis verhogen omtrent alcoholconsumptie en de gevolgen
- Kennis verhogen omtrent de wetgeving (zowel jongeren als de verkooppunten)
- Investeren in campagnes die voldoen aan de criteria om voldoende effect te hebben op zowel korte als lange termijn bij de beoogde doelgroep
- Meer gerichte controles uitvoeren, dit zowel bij de jongeren als bij de verkooppunten, een integrale aanpak dringt zich op
- Duidelijker in kaart brengen welke dranken tot welke categorie behoren, nu is er nog te weinig duidelijkheid welke dranken onder de categorie "sterke drank" behoren

## **4.2 Discussie**

### **4.2.1 Jongeren**

Uit de literatuur komt duidelijk naar voor dat de vriendengroep waarin jongeren zich bevinden, heel bepalend is voor het gebruik van alcohol. Wanneer er iets fout loopt bij jongeren, wordt in onze maatschappij vaak verwezen naar slechte vrienden. Uit de enquête komt echter voor dat de jongeren zelf de vriendengroep niet als bepalende factor zien voor het gebruik van alcohol. Ze geven eerder aan dat ze drinken omdat ze het lekker vinden. Wij hebben onze sterke twijfels of de jongeren wel eerlijk waren in hun antwoorden. Er kunnen volgens ons twee mogelijke redenen zijn: ofwel hebben ze onvoldoende besef over de impact van vrienden op het gebruik van alcohol, ofwel gedragen ze zich zo loyaal tegenover hun vriendenkring, dat ze hen niet de schuld willen geven. We denken dat loyaliteit en stoer doen aan de basis ligt.

De literatuur leert ons ook dat de context waarin jongeren opgroeien heel belangrijk is. De voorbeelden die ouders stellen, worden vaak gekopieerd en onbewust overgenomen door de jongeren. Jongeren die dus opgroeien in gezinnen, waar er sprake is van alcoholmisbruik, behoren volgens de literatuurstudie tot de risicogroep. Hier hebben we toch onze bedenkingen. Bij gezinnen waar op regelmatige basis alcohol geconsumeerd wordt, zonder dat er hierbij sprake is van alcoholmisbruik, geloven we dat dit klopt. Het spreekwoord "de kat bij de melk zetten" lijkt ons hier toepasselijk. Wel durven we de veronderstelling dat dit ook bij gezinnen geldt waar sprake is van ernstig alcoholmisbruik bij één of beide ouders, serieus in twijfel trekken. Bij ernstig alcoholmisbruik door de ouder, worden jongeren op heel jonge leeftijd geconfronteerd met de gevolgen hiervan. Volgens ons kan het dan twee richtingen uit: ofwel is er sprake van een vicieuze cirkel, waardoor het kan dat jongeren sneller naar alcohol grijpen, ofwel keren jongeren zich heel bewust af van alcohol en maken ze heel bewust de keuze alcoholvrij door het leven te gaan. We menen dat dit een interessante studie zou kunnen zijn: het effectief in kaart brengen van het percentage jongeren dat bewust alcohol afweert als gevolg van traumatische ervaringen tijdens de jeugd.

Uit de enquêtes komt naar voor dat het diploma van de moeder een belangrijke rol speelt bij het alcoholgebruik van de jongeren. Hoe hoger het opleidingsniveau van de moeder is, hoe meer jongeren alcohol consumeren. Dit lijkt ons een heel bizar resultaat. Je zou verwachten dat moeders met een hogere opleiding hun kinderen beter en duidelijker informeren over alcohol en de bijhorende gevaren en dit ook beter opvolgen. De enige verklaring die wij hiervoor kunnen bedenken, is dat hoger opgeleide moeders vaker jobs uitoefenen in kaderfuncties, waardoor ze minder vaak thuis zijn en minder controle kunnen

uitoefenen op hun kinderen. Uit de enquêtes komt naar voor dat het effect van het diploma van de vader verwaarloosbaar is. Wij vinden dit opmerkelijk en vragen ons af, of er hier ook wetenschappelijk onderzoek werd naar gedaan? In andere sectoren (SES-indicatoren bij lagere school kinderen) wordt ook enkel het studieniveau van de moeder in kaart gebracht. Wij denken dat de reden hiervoor is dat de belangrijkste spilfiguur in de opvoeding nog altijd de moeder is. De moeder blijft een grote rol spelen in de totale ontwikkeling en dit geldt dus ook voor alcoholgebruik.

Uit ons eigen onderzoek komt naar voor dat er geen significant verschil is tussen jongeren uit een TSO richting en jongeren uit een BSO richting. Jammer genoeg hebben wij geen resultaten over jongeren uit een ASO richting. Evenwel blijkt uit de literatuur dat jongens uit een ASO richting minder alcohol consumeren dan de jongens uit een BSO en TSO richting. Uit de literatuur blijkt dat bij meisjes het verschil minder groot is. Wij gingen er zelf van uit dat het alcoholgebruik bij jongeren uit de BSO richting veel hoger zou liggen dan jongeren uit een TSO richting. Ook gingen we er van uit dat er minst alcohol zou gebruikt worden bij jongeren die een ASO richting volgen. We schrikken ervan dat vooral bij meisjes het alcoholgebruik blijkbaar onafhankelijk is van de studierichting. Als wij verder gaan in ons stereotiep denken, zouden we de link kunnen maken met onze vorige discussie en vermoeden dat kinderen met hoog opgeleide ouders eerder een ASO richting volgen (kinderen met hoog opgeleide ouders drinken meer). Dan klopt onze stereotiepe redenering wel dat jongeren uit een BSO richting automatisch meer zouden drinken, maar dat het effect van de hoog opgeleide moeder dit verschil opheft.

Verder blijkt uit de enquête dat de door ons bevroegde jongeren, die lid zijn van een jeugdbeweging of jeugdhuis, meer alcohol consumeren dan jongeren die lid zijn van een sportclub. Wij willen hierover niet discussiëren want we hadden dit resultaat wel verwacht. In een jeugdbeweging en een jeugdhuis zou de vriendenkring, de activiteiten (bijvoorbeeld bierpong), de gelegenheid en de lage prijs van alcohol aan de basis kunnen liggen van het alcoholgebruik. Bij sportclubs wordt een gezond en mooi lichaam als primaire doelstelling gezien en daar past alcoholgebruik niet bij.

De literatuur en de enquêtes bevestigen dat er een nultolerantie is in de Islam. Maar wij vragen ons af of de Islamitische jongeren eerlijk waren tijdens de enquête of waren hun antwoorden eerder sociaal wenselijk?

Eveneens zien we zowel in de literatuur als in de enquête een sterke stijging van het alcoholgebruik, bij de overgang van 14 naar 15 jaar. Als wij stil staan bij de oorzaak hiervan, dan denken wij dat de eerste stappen in het uitgaansleven bij 15-jarigen, een belangrijke factor zijn. Wij hadden dit resultaat enigszins verwacht, maar we hadden niet gedacht dat dit in de curves visueel zo duidelijk

zou worden. Wij zien bij de groep 15 à 16-jarigen (2<sup>de</sup> graad secundair onderwijs) de noodzaak en de kans om extra te gaan sensibiliseren. Dit betekent niet dat er geen sensibilisering dient te gebeuren in de eerste en in de derde graad van het secundair onderwijs. Maar bij het uitwerken van ons instrument, focussen we ons op de ontluikende alcoholconsumptie van 15-jarigen. We denken dat wanneer hier niet heel gericht op ingezet wordt, de kans groot is dat veel jongeren een verkeerde attitude gaan aannemen t.a.v. alcoholgebruik.

We ervaren een tegenstrijdigheid tussen de literatuur en de enquêtes bij het in kaart brengen van de factor geslacht. Volgens de literatuur gebruiken jongens meer alcohol, terwijl dit bij de enquêtes niet merkbaar was. We denken dat meisjes eerlijker antwoorden in de enquêtes en jongens een lager alcoholgebruik weergeven dan in de realiteit. Wij zijn eerder geneigd om de literatuur te volgen.

Jongeren zijn zich bewust van de risico's van alcoholgebruik op lichaam en geest. Dit bleek uit onze enquête. De kennis van de lichamelijke risico's is groter dan die van de psychische risico's. Het gaat hier volgens ons enkel om feitenkennis. Je kan naast het opsommen van feiten ook echt doordrongen zijn van de nadelige gevolgen. Dit is volgens ons niet het geval, anders zouden we niet zo vaak geconfronteerd worden met bingedrinken, comazuipen of dodelijke ongevallen tijdens het weekend. Jongeren geven wel aan zich impulsiever te gedragen na het gebruik van alcohol, maar ervaren dit eerder als prettig dan als nadelig.

We leiden uit de enquêtes af dat jongeren zich bewust zijn van de wetgeving i.v.m. het gebruik van alcohol. We botsen hier op een groot discussiepunt:

- Tijdens het in kaart brengen van de enquêtes, botsten we zelf op een discussiepunt: mag je als 16-jarige een Breezer drinken? Eerst hebben we dit opgezocht via het internet. We kwamen op websites terecht die stelden dat een Breezer onder de zwak-alcoholhoudende dranken (minder dan 15% alcohol) valt en dus mag vanaf 16 jaar. Na verschillende gesprekken met mensen in onze dichte omgeving, begonnen we opnieuw te twijfelen en zochten verder naar duidelijker informatie hieromtrent. Op de website van de Druglijn staat stond duidelijk te lezen dat Breezers deel uitmaken van de groep sterke dranken, en dus pas vanaf 18 jaar mogen gedronken worden. Opnieuw was er twijfel en stelden we via mail onze vraag aan de Druglijn. Zij gaven ons volgend antwoord:

*"Moest je vraag geweest zijn of een 16-jarige alcopops mag kopen, dan is er zoals je schrijft ruimte voor discussie. Criterium is of het drankje sterke drank bevat of niet. Indien wel, dan mag het pas vanaf 18. In je vraag vermeldde je echter niet expliciet de merknaam Bacardi, waardoor er onduidelijkheid zou kunnen ontstaan over wat je nu precies bedoelt met de*

*term 'Breezer'. Dat maakt dat die vraag van je enquête inderdaad heel lastig is om te interpreteren. Aangezien Breezer toch echt wel sterk refereert aan Bacardi Breezer zou ik er persoonlijk voor opteren om het zo te interpreteren wat het antwoord op de vraag dus maakt dat het verboden is aangezien er sterke drank in zit".*

Dit antwoord was klaar en duidelijk, dachten we. Toen we echter het woord "alcopops" opzochten, kregen we onder deze noemer ook de "Bacardi Breezer" als resultaat. Als het uitzoeken of een 16-jarige een Breezer mag drinken, voor ons al zo moeilijk is, hoe onduidelijk is het dan niet voor jongeren en ouders.

- Een mooie anekdote van een hoger opgeleide ouder: de 17-jarige dochter bestelt als aperitief in een restaurant altijd een "Passoa". "Passoa" wordt eerder gezien als een vruchtendrankje met wat alcohol. Maar aangezien "Passoa" onder de noemer "sterke drank" valt, hebben de ouders, zonder zich daarvan bewust te zijn, de wet overtreden. Je kan hier besluiten dat het niet duidelijk is voor sommige ouders welke drank hun dochter/zoon op welke leeftijd mag drinken.

Hieruit blijkt dat goed opgeleide ouders de wetgeving wel kennen, maar niet altijd weten welk soort dranken tot welke categorie behoren.

- Een aantal jongeren uit de enquête denken dat een pintje op een fuif toegelaten is vanaf 15 jaar!

Uit de enquête blijkt duidelijk dat jongeren de wetgeving kennen. Dit betekent echter niet, dat ze de wetgeving ook naleven. Er is een heel grote onduidelijkheid over tot welke categorie bepaalde dranken horen. De wet wordt soms overtreden, zonder dat men zich daar bewust van is. Het lijkt ons dan ook belangrijk om dit mee te nemen in de aanbevelingen voor de stad Mechelen. Het duidelijk in kaart brengen per leeftijdscategorie van dranken die al dan niet mogen, lijkt ons een eerste aanzet.

Uit de enquêtes komt duidelijk naar voor dat het merendeel van de jongeren akkoord gaan met de controle van leeftijd bij de aankoop van alcoholische dranken. Ondanks dit akkoord geven de jongeren wel aan dat ze toch liever de leeftijdsgrens toch zouden zien dalen. We vinden dit toch wel een tegenstrijdige denkwijze. We vermoeden dat jongeren toch wel akkoord gaan maar dat het eigen belang primeert.

Tot onze spijt moesten we vaststellen dat geen enkele jongere deelnam aan de online enquête, die we speciaal opstelden, in de hoop ook ASO- leerlingen te

bereiken. We stelden ons onmiddellijk de vraag of de oorzaak te vinden is in een tekort aan motivatie en medewerking. Liggen jongeren wel wakker van de alcoholproblematiek en de gevolgen hiervan op korte en/of lange termijn? We vermoeden dat het de jongeren weinig boeit en dat ze niet bewust bezig zijn met dit thema. Dit merkten we ook bij onze vraag in de schriftelijke enquête naar de gevolgen op lange termijn. We willen echter ook de motivatie van de scholen onder de loep nemen. Als de link naar onze online enquête zomaar aangebracht werd aan de leerlingen, zonder enige motivatie en uitleg, lijkt het ons niet verwonderlijk dat niemand reageerde. Het zou ook kunnen dat scholen overvraagd worden door studenten en er dus voor kiezen geen extra tijd te besteden aan enquêtes. In beide gevallen (tekort aan motivatie bij leerlingen en/of school) lijkt de noodzaak aan sensibilisering hoog.

#### **4.2.2 Verkooppunten**

Tijdens de interviews met de verkopers, merkten we op dat slechts de helft van de mensen op de hoogte is van de wetgeving op alcoholverkoop aan jongeren. We vragen ons af wat de reden hiervoor is. We kunnen een vergelijking maken met een bakkerij. De bakker krijgt een opleiding voor hij een brood kan bakken en een bakkerij kan opstarten. Deze opleiding lijkt ons essentieel. Voor het openen van een nachtwinkel die alcoholische dranken verkoopt is geen enkele opleiding vereist. Dit zou een verklaring kunnen zijn voor het niet of onvoldoende kennen van de wetgeving.

De uitbaters van de verkooppunten gaven tijdens het interview aan, zich heel bewust te zijn van de straffen bij het overtreden van de wet op alcoholverkoop aan jongeren. Tijdens datzelfde interview merkten we ook op dat geen enkel verkooppunt ooit controle kreeg. Dit lijkt ons toch een bizar gegeven. Als we de vergelijking maken met de snelheidsbeperking tijdens het autorijden, dan merken we dat flitspalen en gerichte controles toch wel hun effect bewijzen op het naleven van de wet. Als we dit terugkoppelen naar het verkopen aan alcohol aan minderjarige jongeren, denken wij dat sporadische onaangekondigde controles toch wel een positief effect zouden kunnen hebben. Controles gecombineerd met een goede sensibilisering lijkt ons dus het meest aangewezen. De noodzaak van deze controles blijkt volgens ons uit het niet altijd eerlijk zijn van de verkooppunten. In de interviews geven de verkooppunten aan de wetgeving altijd strikt na te leven. Dit staat in schril contrast met de enquêtes waar de jongeren van 13 en 14 jaar aangeven wel alcohol te kunnen aankopen, vooral in nachtwinkels en cafés. De supermarkten lijken het minst de wetgeving te overtreden.

Uit de interviews blijkt, dat verkooppunten volledig achter de wetgeving staan, uit bezorgdheid voor de jongeren. Iedereen geeft aan zich verantwoordelijk te



voelen en niet de oorzaak te willen zijn van bijvoorbeeld een ziekenhuisopname van een jongere. Desalniettemin merken we in de enquêtes, dat sommige verkooppunten hun verantwoordelijkheid niet nemen. Zelf geven ze hiervoor als reden aan dat winst en omzet voor sommigen het enige is wat telt. Het sensibiliseren en het duiden van de gevolgen van alcoholgebruik kan ervoor zorgen dat verkooppunten bewuster en verantwoordelijk omgaan met het verkoop aan alcohol aan minderjarigen

Van de tien aangesproken verkooppunten tonen zich maar vier mensen bereid om deel te nemen aan ons interview. Dit getuigt van weinig interesse in de problematiek. Een andere mogelijke reden zou kunnen zijn dat verkooppunten overvraagd worden en dus liever niet deelnemen aan interviews. Maar dit blijkt niet zo te zijn. Het lijkt er dus op dat de enige logische redenen voor deze geringe medewerking te vinden zijn in een gebrek aan motivatie en eventueel ook in angst voor boetes. We kunnen dus ook concluderen dat sensibiliseren van verkooppunten heel erg nodig is.

Tijdens de interviews geven sommige verkooppunten aan dat ze de noodzaak van sensibiliseren van jongeren in de eigen zaak als minder essentieel beschouwen. Ze vermoeden dat de jongeren en de verkooppunten voldoende op de hoogte zijn van de wetgeving, maar de realiteit bewijst het tegendeel.

#### ***4.2.3 Good practices***

In de literatuur vonden we een objectieve checklist om good practices te evalueren. Op basis van deze SUCCES checklist stelden we een eigen checklist op, die nog iets ruimer is. Uit de literatuurstudie blijkt dat er een daling was na het voeren van sensibiliseringscampagnes bij ASO jongeren, die daling was minder zichtbaar bij TSO- en BSO-leerlingen. Dit deed ons vermoeden dat de sensibiliseringscampagne misschien iets te moeilijk was voor deze doelgroep. Dit gegeven willen we meenemen in onze eigen checklist. Als we denken aan campagnes die ons het best bijblijven, komen we uit bij de BoB campagne, waarbij je een sleutelhanger kon verdienen als je aan de wettelijke norm hield. Omdat een gadget bij volwassenen zijn effect blijkbaar niet mist, lijkt het ons logisch dat dit ook werkt bij jongeren. Daarom hebben we ook dit punt meegenomen in onze evaluatie.

#### ***4.2.4 Samenvatting discussie***

Vanuit literatuur, interviews, enquêtes en good practices kunnen we concluderen dat een integrale aanpak fundamenteel is bij de preventie van alcoholmisbruik bij jongeren. Enkel focussen op het sensibiliseren van jongeren of op het

sensibiliseren van verkooppunten of op gerichte controles op het naleven van de wet is onvoldoende. Het zal een "en, en" verhaal moeten worden.

#### **4.2.5 Beperkingen van het onderzoek**

Tijdens ons onderzoek botsten we op een aanzienlijk aantal beperkingen. Voor ons kwantitatief onderzoek ondervonden wij dat scholen niet zo happig waren om mee te werken aan ons onderzoek. We kregen geen tot weinig respons op onze vraag om toestemming te verlenen tot het afnemen van de enquête. Scholen gaven aan overbevroegd te zijn of geen tijd te hebben. Uiteindelijk vonden we 1 BSO/TSO school die zijn toestemming gaf tot het afnemen van een klassikale schriftelijke enquête. Helaas mochten we slechts de helft van het totaal aantal leerlingen bevragen (2 klassen per graad en per studieniveau) en kregen wij geen zicht op de effectieve operationele populatie van de school. Een andere belemmering voor ons onderzoek was dat de bevroegde school voor ongeveer 82% meisjes telt en minder jongens bevroegd werden. Onze resultaten en conclusies zijn niet representatief voor alle leerlingen uit het secundair onderwijs van Mechelen. Ze zijn enkel representatief voor de door ons bevroegde groep.

Een ASO- school gaf uiteindelijk ook zijn toestemming om mee te werken aan ons onderzoek, maar enkel wanneer we de enquête online zouden plaatsen. We maakten onze enquête voor deze school opnieuw op met het softwareprogramma "Lime survey". Helaas kregen wij nul respons op de online enquête. Bij de vraag aan de betreffende school of het invullen van de online enquête nog eens aangemoedigd kon worden, kregen wij geen enkele reactie meer. Voor ons onderzoek hadden wij gehoopt ook jongeren uit het ASO te kunnen bevragen. Zo konden de drie studierichtingen naast elkaar vergeleken worden. Dit is ons helaas niet gelukt.

Ook bij het kwalitatief onderzoek ondervonden we problemen. De werving van de respondenten bij de verkooppunten voor het afnemen van een interview, verliep niet van een leien dakje. Aanvankelijk hadden we graag vijf cafés, drie nachtwinkels en twee supermarkten geïnterviewd. Een aantal verkooppunten weigerden resoluut om mee te werken aan een interview. De meesten gaven aan geen tijd te hebben, geen interesse, te druk,... Uiteindelijk vonden we slechts twee cafés, één supermarkt en één nachtwinkel bereid tot het afnemen van een interview.

Tenslotte was de afstand Kortrijk-Mechelen ook een kleine belemmering. Wegens de toch aanzienlijke afstand en korte tijdspanne konden wij het ons niet veroorloven om veelvuldig naar Mechelen te reizen. Wij verplaatsten ons ter plaatse steeds te voet.

# 5 Instrument

## 5.1 Aanbevelingen

Uit ons onderzoek blijkt dat er nog veel dient te gebeuren op gebied van sensibilisering. Om een verbetering van de huidige aanpak te bereiken, stellen wij aan de hand van de conclusies van het onderzoek een aantal aanbevelingen voor.

### **5.1.1 Algemene aanbevelingen**

- Meer controles uitvoeren bij feestjes zoals bij de 50-dagen, op feestdagen, op studentenfeesten, enz.....
- Ook raden wij aan om meer personeel in te zetten om gerichte controles uit te oefenen bij verkooppunten (alcoholcontrole/wetgeving). Strenger optreden is de boodschap. Stad Mechelen kan zich richten op het zoeken naar een effectief controlesysteem die zorgt voor een strakkere naleving van de wet.
- Tevens dringt een betere begeleiding en voorlichting van de verkooppunten zich op (onder andere a.d.h.v. verplichte infosessies).
- Het verspreiden van gadgets is iets wat bij jongeren heel erg aanslaat (bv. een balpen, fietshoesje,...)
- Duidelijk in kaart brengen welke dranken tot welke categorie behoren

### **5.1.2 Aanbevelingen specifiek voor de verkooppunten**

Er moeten krachtige signalen gegeven worden aan de verkooppunten. Het is van groot belang niet enkel waarschuwingen te geven, het is ook belangrijk de verkooppunten nog intensiever te begeleiden en te informeren.

We stellen voor dat stad Mechelen een informatieboekje maakt voor de verkooppunten. In het boekje kan belangrijke informatie i.v.m. wetgeving, gevaren van alcohol,...opgenomen worden, zodat de verkoper beter op de hoogte is.

Volgende topics kunnen in de gids opgenomen worden:

- Inleiding

Hier wordt een korte inleiding gegeven over het belang van deze thematiek in de verkoopwereld. In de inleiding geef je een overzicht welke nuttige informatie in de gids terug te vinden is.

- Invloed alcohol op -16 jarigen

Vervolgens kunnen de invloeden van alcohol bij de min 16-jarigen kort toegelicht worden. Verder moet beknopt worden vermeld waarom minderjarigen gevoelig zijn voor alcohol en welke gevolgen alcohol heeft op korte en lange termijn.

- Effecten van alcohol - stadia van dronkenschap

Daarna kan je vertellen wat de effecten zijn op lichamelijk & psychisch vlak wanneer je als minderjarige alcohol opneemt. Er kan bv. een overzicht worden gegeven van het aantal promille alcohol dat een lichaam opneemt en vermeld worden wat alcohol doet met het lichaam.

- Alcohol en uitbating (t.a.v. klanten)

Verder kan het gaan over het verkopen van alcohol. Hier kunnen volgende onderstaande punten aan bod komen.

Ten eerste kan er goede info en briefing gegeven worden aan de medewerkers. Er kan bijvoorbeeld vermeld worden hoe medewerkers van een café info kunnen geven over de manier van optreden bij probleemsituaties.

Ten tweede kan je verschillende maatregelen tegen buitensporig alcoholgebruik opsommen. Eén van de maatregelen kan het inlassen van een 'cooling down' periode zijn. Dat houdt in dat er een half uur voor de sluiting geen alcohol meer geschonken wordt. Tot slot kan er nog iets vermeld worden over het geven van promoties op alcohol. Hier kan worden beklemtoond dat men zeer voorzichtig moet zijn met het promoten van alcohol. Vooral promoties die zich richten op jongeren beneden de 18 jaar moeten afgeraden worden.

- Wetgeving

De belangrijkste wetgeving i.v.m. alcohol kan hier samengevat worden. Meer specifiek zouden we focussen op de wet i.v.m. het verstrekken van sterke alcoholische dranken aan minderjarigen, openbare dronkenschap en de verantwoordelijkheid van de uitbater.

- Goede communicatie met klanten

Hier kunnen een aantal tips gegeven worden over hoe er dient gecommuniceerd te worden met minderjarige klanten, wanneer deze alcohol of sterke drank wensen te kopen. Onderscheid maken tussen -18 en -16 jaar.

- Noodnummers

Een opsomming van belangrijke nummers, zoals het nummer van het antigifcentrum, de ziekenwagen, de politie,... kan handig zijn. Alle nummers die belangrijk zijn wanneer een moeilijke situatie zich voordoet met minderjarigen komen in aanmerking.

- Slotwoord

Er kan afgesloten worden met een bedankingswoord aan de lezer van het informatieboekje. Ook mogen de gegevens van de preventieadviseur niet ontbreken voor het geval er nog vragen zijn.

### **5.1.3 Aanbevelingen gericht naar scholen/ouders**

Je kan niet enkel verkooppunten betrekken bij dit onderwerp, het is ook belangrijk om de scholen/ouders te betrekken. Daarom stellen we voor om enkele zaken te doen om scholen/ouders bewuster te maken van de alcoholproblematiek bij jongeren. De volgende punten kunnen door de scholen gerealiseerd worden. Enkel op die manier kan de aandacht voor alcohol bij de ouders vergroot worden. De punten zijn:

- Het verspreiden van een informatieve brochure

In die brochure moeten de volgende punten zeker opgenomen worden: Wat is alcohol, algemene effecten, specifieke effecten voor kinderen, wat zijn de gevolgen van alcoholgebruik voor uw kind (korte termijn/lange termijn), tieners en alcohol, tips voor ouders,... Ook kunnen nuttige diensten, waar je als ouder beroep op kan doen, aangereikt worden .

- Het organiseren van een infosessie

De school of het oudercomité kan bv. een infosessie aanvragen bij de preventiedienst van Mechelen. De school organiseert een infoavond waarbij een preventiewerker van de stad uitgebreide uitleg geeft aan ouders en leerkrachten betreffende het thema alcohol. Hierbij kan uitgebreid ingegaan worden op de gevaren van vroeg alcoholgebruik.

- Het organiseren van een ouderavond

Op vraag van de Mechelse scholen, kan een vormingsavond doorgaan. Deze stellen we voor om te organiseren voor ouders met kinderen tussen 13 en 17 jaar. Dit is een gezinsgerichte, interactieve vorming ter preventie van onder meer alcohol. Centraal tijdens de ouderavond is het versterken van de beschermende opvoedingsvaardigheden van ouders, die er mee voor zorgen dat jongeren gezonde keuzes maken inzake alcohol.

### **5.1.4 Aanbevelingen voor leerlingen**

Aan de eerste graad kunnen lessen gegeven worden waarbij de leerlingen gerichte voorlichting krijgen over alcohol, wanneer ze wat mogen drinken, wat de gevaren zijn, enz... Dit kan verwerkt worden in de lessen zelf, door bijvoorbeeld te discussiëren over alcohol tijdens een levensbeschouwelijk vak.

Voor de tweede graad stellen we ons alcohol "in-zicht" spel voor (zie praktijkinstrument). Daarnaast stellen we voor dat leerlingen naar een toneelvoorstelling/film gaan die jongeren wijst op het gevaar van alcohol. Achteraf kan in de klas een nabespreking gebeuren. De voorstelling "Blackout" waaraan "de Sleutel" zijn medewerking verleende, is hier een goed voorbeeld van.

Voor de derde graad stellen wij een instrument voor dat ook werd bedacht door het JAC Brugge (CAW Noord-West-Vlaanderen) in samenwerking met De Sleutel en de Stad Brugge. Het doel is jongeren aan de hand van een touwenparcours sociale vaardigheden aan te leren. Een andere doelstelling is om jongeren aan te zetten tot zelfreflectie maar ook te leren reflecteren over hun leeftijdsgenoten. Ze maken kennis met hun eigen grenzen. Als groep moeten ze, onder begeleiding, een laag touwenparcours afleggen. Daarbij moeten ze allerlei hindernissen overwinnen. Samenwerking is noodzakelijk. De klemtoon ligt op het ervaringsgericht leren. Alles wordt gekaderd in een breder alcoholbeleid.

## **5.2 Alcohol "in-zicht" spel**

Naast onze aanbevelingen bieden wij ook nog een ontwerp van een educatief spel aan. Uit ons onderzoek blijkt dat vooral de jongeren uit de tweede graad van het secundair onderwijs dienen gesensibiliseerd te worden. Het spel richt zich dan ook voornamelijk op jongeren van 15-16 jaar. We kozen voor de titel alcohol "in-zicht" spel, een titel met een dubbele betekenis: "inzicht" en "in zicht". We bieden het spel aan in een doos, dit in de vorm van een doe-spel. We willen dat jongeren op een leuke en speelse manier meer inzicht krijgen in de thematiek alcohol en hen zo te leren bewuster om te gaan met alcohol. Natuurlijk kan, indien gewenst, nog aan het spel geschaafd worden. De kostprijs (+/- twaalf euro) is relatief goedkoop.

### **5.2.1 Inhoud van de doos**

- 4 stapeltjes kaarten in 4 verschillende kleuren
- Een kaart met cirkels ( te gebruiken tijdens de vragenronde )
- Een tekening van het lichaam
- Een tennisbal
- Vals geld
- Alcoholtester
- Handleiding voor de leerkrachten
- Opdrachtkaartjes voor de jongeren
- Kookwekker
- Poster: 'begin niet te vroeg'
- Per opdracht een antwoordkaart

Extra materiaal: pen en papier

### **5.2.2 Spelverloop**

De leerkracht/begeleider geeft een korte uitleg wat betreft de bedoeling en het verloop van het spel . Na de toelichting wordt het spel gestart.

- a) Vragenrondes: er worden 5 groepjes gemaakt binnen de klas. Er wordt gewerkt met een doorschuifstelsel. Voor elke activiteit zijn er 8 minuten voorzien. Daarna komt de groep in zijn geheel samen voor de evaluatie en slotbespreking (dit gedeelte neemt +/- 40 minuten in beslag).
- b) Slotbespreking (neemt +/- 10 minuten in beslag)

### **5.2.3 Doelstellingen**

- Zicht te krijgen op hoe de jongeren denken over alcohol
  - Onderwerp alcohol bespreekbaar maken
  - Jongeren correcte informatie verstrekken over alcohol
  - Jongeren inzicht geven in de gevolgen van overmatig alcoholgebruik
  - Kennis, inzicht en vaardigheden versterken van de jongeren om hen te leren op een verantwoorde manier om te gaan met alcohol
- Kennis:* wetgeving, hulpverlening, kennis alcoholgebruik en kennis leeftijdsgenoten
- Inzicht:* risico's en gevolgen overmatig alcoholgebruik o.a. in verkeer, uitgaansmilieu,...
- Vaardigheden:* jongeren leren gezonde keuzes te maken m.b.t. alcohol, eigen standpunten kunnen verwoorden
- Het thema alcoholpreventie levendig houden
  - Het voeren van open discussies over verantwoord alcoholgebruik

In bijlage 7 kan de handleiding voor de leerkrachten, begeleiders gevonden worden.

## **6 Besluit**

Onze onderzoeksresultaten zijn niet generaliseerbaar voor alle minderjarige jongeren die school lopen in Mechelen. Toch stellen wij grote overeenkomsten vast tussen ons onderzoek en de literatuur. Uit de literatuur en uit ons onderzoek blijkt namelijk dat vooral de tweede graad van het secundair onderwijs goed gesensibiliseerd dient te worden. Ook moet de kennis van de wet vergroot worden bij de verkooppunten en moet de wet door hen beter toegepast worden. Daarom zijn we er ten volle van overtuigd dat het heel belangrijk blijft het sensibiliseren voort te zetten. Naast het sensibiliseren van de beide doelgroepen, lijkt het systematisch controleren van het naleven van de wet ons van groot belang.



## 7 Bibliografie

- Aben, B. (z.d.). Centraal zenuwstelsel. *Brainmatters*. Geraadpleegd op 25 februari 2016, via <http://www.brainmatters.nl/terms/centraal-zenuwstelsel/>
- Alcoholhulp. (z.d.). *Hoe wordt alcohol verwerkt bij jongeren?* Geraadpleegd op 8 maart 2016, via <http://www.alcoholhulp.be/jongeren-alcohol-risicos>
- Alcoholhulp. (z.d.). *Alcohol en school*. Geraadpleegd op 28 april 2016, via <http://www.alcoholhulp.be/opvoeding-alcohol-school>
- Alcoholhulp. (z.d.). *Comadrinken*. Geraadpleegd op 8 maart 2016, via <http://www.alcoholhulp.be/comadrinken>
- Alcoholhulp. (z.d.). *Problematisch alcoholgebruik*. Geraadpleegd op 25 februari 2016 via <http://www.alcoholhulp.be/probleemgebruik-soorten>
- Alcoholthinkagain. (z.d.). *Alcohol and Liver Disease*. Geraadpleegd op 9 maart 2016 via <http://alcoholthinkagain.com.au/Alcohol-Your-Health/Alcohol-and-Your-Long-Term-Health/Alcohol-and-Liver-Disease>
- Alcoholthinkagain. (z.d.). *Alcohol and Short-Term Harm*. Geraadpleegd op 8 maart 2016 via <http://alcoholthinkagain.com.au/Alcohol-Your-Health/Alcohol-and-Short-Term-Harm>
- Alcoholthinkagain. (z.d.). *Alcohol and Your Long-Term Health*. Geraadpleegd op 9 maart 2016 via <http://alcoholthinkagain.com.au/Alcohol-Your-Health/Alcohol-and-Your-Long-Term-Health>
- Alliet, K. (2010). Minderjarigen en alcohol. Geraadpleegd op 27 maart 2016, via [http://www.jeugrecht.be/?action=artikel\\_detail&artikel=307](http://www.jeugrecht.be/?action=artikel_detail&artikel=307)
- Anderson, P., & Baumberg, B. (2006). *Alcohol in Europe: a public health perspective*. London: Institute of Alcohol Studies.
- Babor, TF., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., et al. *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. Oxford: University Press, 2003.

- Bekkering, et al. (2013). *Richtlijn voor de preventie van alcohol en drug misbruik bij adolescenten*. Geraadpleegd op 24 april 2016 via <https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/410345/3/richtlijn+preventie+alcohol-+en+drugmisbruik+adolescenten+finaal+incl+voorblad.pdf>
- Bellis, MA., Hughes, K., Morleol, M., Tocquel, K., Hughes, S., Allen, T., et al. (2007). Predictors of risky alcohol consumption in schoolchildren and their implications for preventing alcohol-related harm. *Subst Abuse Treat Prev Policy*, 15, 2.
- Berghmans, M. (2008). *Eindejaarsfeestjes, alcohol en roken*. Geraadpleegd via [http://www.jeugdrecht.be/?action=artikel\\_detail&artikel=35](http://www.jeugdrecht.be/?action=artikel_detail&artikel=35)
- Bernaert, I. (2008). Drugpreventie: een drugbeleid op school. *Welwijs*. 19, 34-37.
- British Medical Association. (1995). *Alcohol: guidelines on sensible drinking*. Londen: BMA.
- Centers for Disease Control and Prevention. (z.d.). *Frequently asked questions*. Geraadpleegd op 9 maart 2016 via <http://www.cdc.gov/alcohol/faqs.htm>
- Clerkx, M., De Groot, R., Prins, F. (2011). *Grensoverschrijdend gedrag van pubers*. Antwerpen: Garant.
- Cleveland, M. J., Feinberg, M. E., & Jones, D. E. (2012). Predicting alcohol use across adolescence: relative strength of individual, family, peer, and contextual risk and protective factors. *Psychology of addictive behaviors*, 26, 703-713.
- Coolen-Perednia, C. (z.d.). *Kinderen van alcoholverslaafden, een literatuurstudie*. Geraadpleegd op 21 april 2016 via <http://www.alexiantienen.be/terdennen/index.php?navID=0&subNavID=3>
- De Donder, E. (2014). *Alcoholmarketing en jongeren*. Geraadpleegd op 27 maart, via [http://www.vad.be/media/2174939/dossier\\_alcoholmarketing\\_en\\_jongeren.pdf](http://www.vad.be/media/2174939/dossier_alcoholmarketing_en_jongeren.pdf)

- De Donder, E., & Lambrechts, M.-C. (2002). Situering problematisch middelengebruik. In E. De Donder, I. De Maseneire, M. Geirnaert, M.-C. Lambrechts, N. Roose, L. Van Baelen, & G. Verstuyf, *Alcohol- en druggebruik: Gedifferentieerde aanpak van preventie tot hulpverlening* (pp. 13-39). Mechelen: Kluwer.
- De Druglijn. (15 juli 2015). Begin niet te vroeg [YouTube]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=A7A3Y4uf9Es>
- De Druglijn. (z.d.). *Alcohol, begin niet te vroeg*. Geraadpleegd op 5 april 2016, via <https://www.druglijn.be/alcohol-begin-niet-te-vroeg/ouders>
- De Hoop. (z.d.). *Waardoor wordt iemand een alcoholist?* Geraadpleegd op 21 april 2016 via <http://www.dehoop.org/45682/waardoor-wordt-iemand-een-alcoholist>
- De Sleutel. (z.d.). *Drugs..... De Sleutel*. Geraadpleegd op 24 april 2016, via <http://www.desleutel.be/overdesleutel>
- De Sleutel. (z.d.). *Preventie aanbod voor leerkrachten*. Geraadpleegd op 24 april 2016, via <http://www.desleutel.be/professionals/pers/itemlist/category/78-preventie-aanbod-voor-leerkrachten?start=28>
- Deforche, B., Hublet, A. (2014). *Jongeren en Gezondheid 2014: Alcoholgebruik*. Geraadpleegd op 6 april 2016, via [http://www.jongeren-en-gezondheid.ugent.be/wordpress/wp-content/uploads/2016/03/HBSC\\_2014\\_Alcohol.docx](http://www.jongeren-en-gezondheid.ugent.be/wordpress/wp-content/uploads/2016/03/HBSC_2014_Alcohol.docx)
- Desmyttere Marketingadvies (2014). *Wat is het verschil tussen communicatie, marketing en reclame?* Sint-Martens-Latem: Desmyttere Marketingadvies. Geraadpleegd via <http://www.desmyttere.be/nl/nieuws/wat-is-het-verschil-tussen-communicatie-marketing-en-reclame/>.
- Doms, K., Huard, K. (2016). *Wie controleert het verkoopverbod van alcohol aan jongeren en wat zijn de straffen? FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en leefmilieu*. Geraadpleegd op 12 april 2016, via <http://www.health.belgium.be/nl/gezondheid/zorg-voor-jezelf/alcohol-tabak/alcohol>.

- Drugfreeworld, (z.d.). Alcohol: een korte geschiedenis. Geraadpleegd op 25 februari 2016, via <http://nl.drugfreeworld.org/drugfacts/alcohol/a-short-history.html>
- Elke week 45 jongeren in het ziekenhuis door comazuipen. (10 februari 2015). *Het Laatste Nieuws*. Geraadpleegd op 9 januari 2016, via <http://www.hln.be/hln/nl/957/Binnenland/article/detail/2213285/2015/02/10/Elke-week-45-jongeren-in-het-ziekenhuis-door-comazuipen.dhtml>
- Fischer, T., & Julsing, M. (2009). *Onderzoeksvaardigheden*. Groningen/Houten: Noordhoff.
- Hearst, M O., Fulkerson, JA., Maldonado-Molina, MM., Perry, CL., Komro, KA. (2007). Who needs liquor stores when parents will do? The importance of social sources of alcohol among young urban teens. *Prev Med*, 44, 471-476.
- Heyrman, P. (1998). *Middenstandsbeweging en beleid in België 1918-1940: tussen vrijheid en regulering*. Leuven : Universitaire pers Leuven.
- Indora managementadvies. (z.d.). *15 kenmerken van een goede reclamestrategie*. Geraadpleegd op 24 april 2016, via <http://www.indora.nl/15-kenmerken-van-een-goede-reclamestrategie/>
- Institute of Alcohol Studies. (2013). *Health impacts of alcohol factsheet*. Geraadpleegd op 10 maart 2016 via <http://www.ias.org.uk/uploads/pdf/Factsheets/Health%20impacts%20of%20alcohol%20factsheet%20September%202013.pdf>
- Institute of Alcohol Studies. (z.d.) *Health and social impacts of underage drinking*. Geraadpleegd op 10 maart 2016 via <http://www.ias.org.uk/Alcohol-knowledge-centre/Underage-drinking/Factsheets/Health-and-social-impacts-of-underage-drinking.aspx>
- Jellinek. (2013). *Wat is tolerantie?* Geraadpleegd op 8 maart 2016 via <https://www.jellinek.nl/vraag-antwoord/wat-is-tolerantie/>
- Jellinek. (2016). *Hoeveel alcohol bevat een glas bier, wijn of sterke drank*. Geraadpleegd op 24 maart 2016 via <https://www.jellinek.nl/vraag-antwoord/hoeveel-alcohol-bevat-een-glas-bier-wijn-of-sterke-drank/>

- Joetz vzw. (27 januari 2016). Ken je maat [YouTube]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=p1DbfEWAdLg>
- Joetz. (z.d.). *Ken je maat*. Geraadpleegd op 11 maart 2016 via <http://www.joetz.be/projecten/project/Pages/Ken-je-maat.aspx>
- Kennisinstituut bier, (z.d.). *Metabolisme*. Geraadpleegd op 25 februari 2016 via <http://www.kennisinstituutbier.nl/gezondheid/gezondheid/metabolisme>
- Kerssemakers, R., Van Meerten, R., Noorlander, E., & Vervaeke, H. (2008). *Drugs en alcohol: Gebruik, misbruik en verslaving*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Knibbe, RA., Joosten, J., Derickx, M., Choquet, M., Morin, D., Monshouwer, K., et al. (2005). Perceived availability of substances, substance use and substance-related problems: a cross national study among French and Dutch adolescents. *Journal of Substance Use*, 10, 151-163.
- Kohnstamm, R., (2009). *Vriendschap en sociale cohesie De rol van leeftijdgenoten in de opvoeding van jeugd*. Geraadpleegd via <http://www.lectoraten.nl/publicatie/227/inaugurele-rede-vriendschap-en-sociale-cohesie-de-rol-van-leeftijdgenoten-in-de-opvoeding-van-jeugd/download>
- KU Leuven. (z.d.). *Alcohol*. Geraadpleegd op 8 maart 2016 via <https://www.kuleuven.be/studentenvoorzieningen/gezondheid/preventie/dossiers/alcohol.html#ac2>
- Kumar, R., O'Malley, P. M., Johnston, L. D., Schulenberg, J. E., & Bachman, J.G. (2002). Effects of school-level norms on student substance use. *Prevention Science*, 3, 105–124.
- Kuunders, MMAP., Laar, MW. (30 maart 2009). *Wat zijn de mogelijke oorzaken van alcoholgebruik?* Bilthoven: RIVM.
- Melis, S. (2016). *VAD-leerlingenbevraging in het kader van een drugbeleid op school. Syntheserapport schooljaar 2014-2015*. Geraadpleegd via [http://www.vad.be/media/2605492/syntheserapport\\_vad-leerlingenbevraging\\_2014-2015.pdf](http://www.vad.be/media/2605492/syntheserapport_vad-leerlingenbevraging_2014-2015.pdf)
- Möbius, D. (2015). *Rapport Lokale monitor 'alcohol en jongeren'*.

- ModuloAdvertising. (1 december 2010). Alcoholcampagne Stad Gent [YouTube]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=83366FgBUhc>
- Neckebroeck, C., Vanderstraeten, I., & Verhaeghe, M. (2015). *Onderzoeksvaardigheden: Voor onderwijs, zorg en welzijn*. Antwerpen: De Boeck.
- Politieacademie. (z.d.). *Good practices*. Geraadpleegd op 11 maart 2016 via <https://thesaurus.politieacademie.nl/Thesaurus/Term/4913>
- Rabinovich et al. (2009). *The affordability of alcoholic beverages in the European Union. Understanding the link between alcohol, affordability, consumption and harms*.
- Raymaekers, B. (2008). *Denken en weten over de wereld*. Leuven : Universitaire.
- Roemer, J. (2001). *Evenwichtig alcoholgebruik: een theoretische en empirische exploratie van alcoholeducatie in een ethisch en religieus kader*. Kampen: Uitgeverij Kok.
- Sajidah-Abdus, S. (2003). *Islam voor beginners: een heldere inleiding tot de wereld van de Islam*. Amsterdam : Forum.
- Schrooten, J. (5 oktober 2007). Hou kinderen alcoholvrij [YouTube]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=pJGdYjlpKzk>
- Schuit, J., & Schrijvers, C. (2010). *Middelengebruik en seksueel gedrag van jongeren met een laag opleidingsniveau: Aangrijpingspunten voor preventie*.
- SolutionS. (z.d.). *Alcoholverslaving*. Geraadpleegd op 25 februari 2016 via <http://www.addiction-solutions.be/verslavingen/alcoholverslaving?gclid=CJjbi4rIkssCFakfwwodOkgIZQ>
- Stad Gent. (z.d.). Geniet, maar ga er niet over. Geraadpleegd op 14 mei 2016 via <https://stad.gent/jongeren/help/drugs/geniet-maar-ga-er-niet-over>
- Stofferis, E. (2008). *De grote verdoving: Leven zonder verslaving*. Houten: Zwerck Uitgevers.

- Taaladvies. (z.d.). *Sensibiliseren/bewustmaken*. Geraadpleegd op 10 maart 2016 via [http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/1738/sensibiliseren\\_bewustmaken](http://taaladvies.net/taal/advies/vraag/1738/sensibiliseren_bewustmaken)
- UZA. (2013). *Binge drinking onder minderjarigen veel groter probleem dan gedacht, getuigen artsen. 8 november 2013*. Geraadpleegd op 10 februari 2016 via <http://www.uza.be/binge-drinking-onder-minderjarigen-veel-groter-probleem-dan-gedacht-getuigen-artsen>
- VAD. (2009). *Krachtlijnen voor preventie en behandeling*. Geraadpleegd op 24 april 2016, via <http://www.vad.be/media/1558014/krachtlijnen%20voor%20preventie%20en%20behandeling.pdf>
- VAD. (2009). *Richtlijnen voor aanvaardbaar alcoholgebruik & definitie bingedrinken*. Geraadpleegd op 10 maart 2016 via [http://www.vad.be/media/38169/richtlijnen\\_voor\\_aanvaardbaar\\_alcoholgebruik\\_definitie\\_bingedrinken.pdf](http://www.vad.be/media/38169/richtlijnen_voor_aanvaardbaar_alcoholgebruik_definitie_bingedrinken.pdf)
- VAD. (z.d.). *Begin niet te vroeg: -16 geen alcohol, -18 geen sterke drank*. Geraadpleegd op 10 maart 2016 via <http://www.vad.be/campagnes/begin-niet-te-vroeg.aspx>
- VAD. (z.d.). *Ga aan de slag met de lokale monitor 'alcohol & jongeren'*. Geraadpleegd op 23 april 2016, via <http://www.vad.be/sectoren/lokaal-beleid/in-de-kijker.aspx>
- VAD. (z.d.). *Hou kinderen alcoholvrij*. Geraadpleegd op 11 maart 2016 via <http://www.vad.be/campagnes/hou-kinderen-alcoholvrij.aspx>
- Van 't Hof, M., (2013). *De relatie tussen etniciteit, geslacht, cross-gender vriendschappen en middelengebruik. Een vergelijking tussen verschillende etnische groepen in Nederland*[eindwerk]. Universiteit Utrecht
- Van der Ploeg, P. (2007). *Encyclopedisch woordenboek van de psychologie*. Antwerpen: Garant.
- Wet van 10 december 2009 houdende diverse bepalingen inzake gezondheid (31 december 2009). *Belgische Staatsblad*, 82971- 82981
- Wet van 14 november 1939 besluitwet betreffende de beteugeling van de dronkenschap (18 november 1939). *Belgische Staatsblad*, 7726

Wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten (8 april 1977). *Belgische Staatsblad*, 4501

World Health Organization. (2012). *Social determinants of health and well-being among young people. Health Behaviour in School-aged Children study: international report from the 2009/2010 survey*. Geraadpleegd via [http://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0003/163857/Social-determinants-of-health-and-well-being-among-young-people.pdf?ua=1](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0003/163857/Social-determinants-of-health-and-well-being-among-young-people.pdf?ua=1)



## 8 Bijlagen

**Bijlage 1:** Lijst secundaire scholen in Mechelen

**Bijlage 2:** Enquête

**Bijlage 3:** Interviewschema

**Bijlage 4:** Zelfklever

**Bijlage 5:** Barbriefing

**Bijlage 6:** foto's van affiches/postkaarten

**Bijlage 7:** Alcohol "in-zicht" spel

## **8.1 Bijlage 1: lijst secundaire scholen in Mechelen**

### **Gesubsidieerd Vrij Katholiek Onderwijs**

- Berthoutinstituut - Klein Seminarie (BimSem)
- COLOMApus
- Scheppersinstituut
- Sint-Romboutscollege
- Technische Scholen Mechelen Scholen voor Wetenschappen, Technologie en Media
- Ursulinen Mechelen

### **GO! Onderwijs van de Vlaamse Gemeenschap**

- BA campus Botaniek
- BA campus Caputsteen
- BA campus Pitzemburg
- BA campus Stassart
- BA campus Zandpoort
- CDO Spoor 5 (deeltijds onderwijs)

### **Provinciaal onderwijs**

- PTS Campus Mechelen (PTS)

## 8.2 Bijlage 2: enquête

Beste,

In het kader van onze bachelorproef Maatschappelijke Veiligheid aan de Katholieke Hogeschool VIVES in Kortrijk, nodigen wij u uit om deel te nemen aan deze enquête.

De enquête bestaat uit een vragenlijst waarin we willen polsen naar o.a. je alcoholgebruik, je kennis over de wetgeving, het beeld en je mening dat je over alcohol hebt, ...

Deze enquête is vertrouwelijk en zal maximum 10 minuutjes in beslag nemen. Je antwoorden zijn enkel nuttig voor ons indien je alles oprecht en volledig invult.

Alvast bedankt,

Mathieu en Said

-----

### VRAGENLIJST

#### Enkele algemene vragen

1) Je bent een :

- Jongen     Meisje

2) Je leeftijd? .....jaar

3) Je bent:

- Geboren in België (autochtoon)  
 Niet geboren in België (allochtoon)

4) Wat is je religie?

- Christendom  
 Islam  
 Jodendom  
 Atheïsme  
 Boeddhisme  
 Andere: .....

5) Binnen welke onderwijsvorm horen jouw studies?

- ASO
- TSO
- BSO
- Andere: .....

**6)** In welke graad zit je?

- Eerste graad
- Tweede graad
- Derde graad

**7)** In welke studierichting zit je?

.....

**8)** Je ouders zijn:

- Gehuwd
- Samenwonend
- Gescheiden
- Nieuw samengesteld gezin (min. één van de ouders nieuwe partner)
- Alleenstaande ouder
- Andere: namelijk .....

**9)** Wat is het hoogste diploma dat jouw moeder behaald heeft?

- Lager onderwijs
- Secundair onderwijs
- Hoger onderwijs (Hogeschool of universiteit)
- Ik weet het niet

**10)** Wat is het hoogste diploma dat jouw vader behaald heeft?

- Lager onderwijs
- Secundair onderwijs
- Hoger onderwijs (Hogeschool of universiteit)
- Ik weet het niet

**11)** Ben je lid van (meerdere antwoorden mogelijk)

- Jeugdhuis
- Jeugdbeweging (Chiro/ Scouts/...)
- Sportclub

Andere: .....

**12)** Hoeveel keer ga je uit in de week?

- Nooit
- 1 keer
- 2 keer
- Meer dan 2 keer

**13)** Je hebt een goede band met je ouders?

- Helemaal mee oneens
- Mee oneens
- Niet oneens/niet eens
- Mee eens
- Helemaal mee eens

**14)** Als je een probleem hebt waar kan je terecht? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Ouders
- Broer/zus
- Vrienden
- Familie
- Niemand
- Andere: .....

### De volgende vragen gaan over je alcoholgebruik

**15)** Wanneer heb je voor het eerst alcohol geproefd?

- Ik heb nog nooit alcohol geproefd
- Ik was jonger dan 10 jaar
- Ik was 10-11 jaar
- Ik was 12-13 jaar
- Ik was 14-15 jaar
- Ik was 16-17 jaar

Met alcohol bedoelen we alle alcoholische dranken (bier, wijn, cava, aperitief,...)

**16)** Ik drink geen alcohol omdat:

- Niet van toepassing
- Ik het niet lust
- Ik dit niet nodig heb om mij goed te voelen
- Ik het nog nooit geprobeerd heb
- Ik de schadelijke gevolgen gezien heb

**17)** Wanneer heb je voor het eerst een glas alcohol gedronken?

- Niet van toepassing (ik heb nog nooit alcohol geproefd of gedronken)
- Ik was jonger dan 10 jaar
- Ik was 10- 11 jaar
- Ik was 12-13 jaar
- Ik was 14-15 jaar
- Ik was 16-17 jaar

**18)** Hoe vaak drink je alcohol?

- Nooit
- 1 keer per week
- 2 keer per week
- 3 of meer keer per week
- 1 keer in de maand
- Ik drink bijna nooit, enkel op speciale gelegenheden

**19)** Hoeveel glazen alcohol drink je maximum per dag?

- Niet van toepassing
- 1-3 glazen
- 4-8 glazen
- 9-12 glazen
- meer

**20)** Hoe veel glazen alcohol drink je tijdens een schoolweek? (maandag – vrijdag tot 16.00 u)

- 0
- 1-3
- 4-8
- 9-15
- Meer dan 15 glazen

**21)** Hoeveel glazen alcohol drink je tijdens het weekend? (Vrijdag vanaf 16.00 u – zondag)

- 0
- 1-3
- 4-8
- 9-15
- Meer dan 15 glazen

**22)** Hoe vaak gebeurt het dat je 6 of meer glazen drinkt bij één enkele gelegenheid?

- Nooit
- Is al 1 keer gebeurd
- 1 keer per maand
- Meerdere keren per maand
- 1 keer per week
- Meerdere keren per week
- Dagelijks

**23)** Hoe afhankelijk ben je van alcohol? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Niet van toepassing
- Ik kan gerust zonder
- Ik geniet van alcohol in gezelschap
- Ik kan moeilijk nee zeggen in gezelschap
- Ik kan niet meer zonder

**24)** Wanneer drink je alcohol?

- Niet van toepassing
- Tijdens schooltijd
- Enkel na schooltijd
- Enkel in het weekend
- Tijdens schooltijd/ na schooltijd en/of in het weekend

**25)** Waar drink je het vaakst alcohol?

- Niet van toepassing
- Thuis
- Op café
- Bij vrienden thuis
- Openbare plaats (station, park,...)
- Ergens anders: .....

**26)** Je drinkt alcohol omdat...

- Om mijn problemen te vergeten
  - niet akkoord
  - akkoord
- Al mijn vrienden doen het
  - niet akkoord
  - akkoord
- Het is lekker
  - niet akkoord
  - akkoord
- Het is saai als je niet drinkt
  - niet akkoord
  - akkoord

Andere reden: .....

**27)** Waar koop je alcohol? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Niet van toepassing
- Op café
- Jeugdhuis
- Fuif
- In de supermarkt
- In de nachtwinkel
- Drankautomaat
- Tankstations
- Ik koop niet, ik neem het mee van thuis
- Andere: .....

**28)** Hoeveel geld geef je wekelijks uit aan alcohol?

- Niets
- 1 tot 20 euro
- 20 tot 50 euro
- 50 tot 100 euro
- Meer dan 100 euro

**29)** Hoeveel geld geef je maandelijks uit aan alcohol?

- Niets
- 1 tot 20 euro
- 20 tot 50 euro



- 50 tot 100 euro
- Meer dan 100 euro

**30)** Welk soort alcohol drink je dan het vaakst?

- Niet van toepassing
- Een gewoon pintje (Jupiler, Maes, ...)
- Zwaar bier (Duvel, Leffe,...)
- Cava
- Cocktails (gin tonic, maragarita, mojito...)
- Sterke drank ( whiskey, martini, rum...)
- Breezers (bacardi breezer,....)
- Wijn
- Andere: .....

**31)** Ben je ooit al eens dronken geweest?

- Niet van toepassing
- Ja, ooit een keer
- Ja, enkele keren
- Ja, elk weekend
- Ja, meerdere keren per week
- Elke dag
- Nee, nog nooit

**32)** Raakte jij of iemand anders ooit gewond ten gevolge van je eigen drinkgedrag?

- Nee nog nooit
- Ja, de laatste 6 maand
- Langer dan 6 maand geleden

**33)** Raakte jij ooit gewond ten gevolge van iemand anders zijn drinkgedrag?

- Nee nog nooit
- Ja, de laatste 6 maand
- Langer dan 6 maand geleden

**34)** Heb je zelf wel eens één van de volgende situaties meegemaakt nadat je alcohol had gedronken? (Je kan meerdere antwoorden aankruisen)

- Geen van onderstaande
- Ik heb een aanrijding veroorzaakt
- Ik heb een black-out gehad (je herinnert je niet meer wat er is gebeurd)

- Ik heb spijt de dag nadien van bepaald gedrag die ik zonder alcohol niet gesteld zou hebben (bv. seks, ...)
- Ik gedraag me impulsiever
- Ik ben in het ziekenhuis terecht gekomen doordat ik alcohol gedronken had
- Ik had een alcoholvergiftiging

**35)** Ken je de risico's op korte termijn als je overmatig alcohol drinkt?

- Ik weet dat er lichamelijke risico's zijn
  - nee
  - ja
- Ik weet dat er psychische risico's zijn
  - nee
  - ja
- Ik weet dat ik en andere weggebruikers extra risico lopen in het verkeer
  - nee
  - ja

**36)** Ken je de risico's op lange termijn bij herhaaldelijk overmatig alcoholgebruik?

- Ja, maar nu ben ik nog jong, die gevolgen komen later wel
- Ja, maar ik vind alcohol lekker
- Een beetje, ik zie wel eens wat op tv of internet
- Nee, ik ben nog jong en houd me daar niet mee bezig
- Nee, ik weet eigenlijk niet waar je die info kan vinden

### Deze vragen gaan over jullie kennis van de wetgeving

**37)** De wetgeving stelt dat:

- Je alcohol\*mag drinken vanaf 14 jaar
- Je alcohol mag drinken vanaf 15 jaar
- Je alcohol mag drinken vanaf 16 jaar

Met alcohol bedoelen we: dranken meer dan 0,5% vol. (vb. bier, wijn, leffe, martini)

**38)** De wetgeving stelt dat:

- Je sterke drank\* mag drinken vanaf 16 jaar
- Je sterke drank mag drinken vanaf 17 jaar
- Je sterke drank mag drinken vanaf 18 jaar

Met sterke drank bedoelen we: dranken die volgens de wet zijn bepaald (vb. whisky, gin-tonic, breezer, jenever,...)

**39)** Ik vind dat je verantwoordelijk omgaat met alcohol als je:

- Niet meer dan 2 keer per week, 1 à 2 standaardglazen per week en geen wekelijkse gewoonte
- Meer dan 2 keer in de week, 1 à 2 standaardglazen per week en een wekelijkse gewoonte
- Niet meer dan 2 keer per week, 3 à 4 standaardglazen per week en een wekelijkse gewoonte
- Meer dan 2 keer in de week, 3 à 4 standaardglazen per week en geen wekelijkse gewoonte

**40)** Wat vind je van de wetgeving die stelt dat verkooppunten naar jouw leeftijd mogen vragen voor ze je alcohol verkopen?

- Een goede zaak
- Ik ben het er niet mee eens
- Ik vind het wel terecht, maar ben er niet blij mee
- Ik heb een andere mening:

.....

### Enkele toepassingen van de wet

**41)** Ik ben 13 jaar en ik wil een fles wijn kopen voor mijn mama in de supermarkt.

- Dat mag
- Dat mag niet

**42)** Ik ben 17 jaar en ik wil een pintje kopen op café.

- Dat mag
- Dat mag niet

**43)** Ik ben 14 jaar en ik wil een pintje kopen op café.

- Dat mag
- Dat mag niet

**44)** Ik ben 16 jaar en ik wil een breezer kopen in de nachtwinkel.

- Dat mag
- Dat mag niet

**45)** Ik ben 15 jaar en ik wil een pintje kopen op een fuif.

- Dat mag
- Dat mag niet

**46)** Ik ben 18 jaar en ik wil een fles sterke drank kopen in een tankstation.

- Dat mag
- Dat mag niet

Bedankt voor het invullen van deze vragenlijst.

## 8.3 Bijlage 3: interviewschema

### Interviewschema/topiclijst

---

#### **Inleiding**

#### **Voorstelling**

Wij zijn Mathieu en Saïd, laatstejaars studenten Maatschappelijke Veiligheid aan de Katholieke hogeschool van Vives in Kortrijk. Voor het behalen van ons diploma dienen wij nog een bachelorproef te schrijven. Onze bachelorproef, waarbij onze opdrachtgever de Preventiedienst van Stad Mechelen is, handelt over een onderzoek naar en de sensibilisering van alcoholgebruik en regelgeving bij minderjarigen en verkooppunten in Mechelen.

#### **Informatie onderzoek**

Een eerste doelstelling van ons onderzoek is het sensibiliseren van minderjarige jongeren tussen 13 en 17 jaar in Mechelen. Een tweede doelstelling zijn de verkooppunten meer bewust te maken van de wetgeving en hen laten inzien welke schadelijke effecten alcoholmisbruik bij jongeren hebben. Wij gaan langs in Mechelen bij diverse verkooppunten van alcohol om zo een beter zicht te krijgen op deze problematiek. Wij willen hierbij niet alleen hun kennis en mening van de wetgeving bevragen maar ook hun houding en kennis van de gevaren van alcoholgebruik bij minderjarigen. Stad Mechelen wil een beter inzicht krijgen op het probleem om meer gerichtere acties te kunnen opzetten .

#### **Informatie registratiewijze**

Graag hadden wij van u de toestemming gekregen om dit interview af te nemen. Het interview zal maximum 15 minuten van uw tijd in beslag nemen. Wij zouden graag een paar vragen stellen omtrent jullie mening & houding i.v.m. de verkoop van alcohol aan minderjarigen en de betreffende wetgeving. Tijdens het interview willen wij, met uw goedkeuring, gebruik maken van een opnamerecorder om zo geen informatie te verliezen.

We willen benadrukken dat dit interview volledig anoniem en vertrouwelijk zal worden geregistreerd. Enkele wij beluisteren de opnames. Wij zorgen er voor dat geen enkel verkooppunt herkenbaar zal worden weergegeven in het onderzoeksrapport.

Tijdens het interview zullen wij ook noties nemen.

## Praktische algemene informatie

Soort verkooppunt .....

Datum .....

Tijd .....

Aantal jaar in dienst in verkooppunt .....

## Kern (topiclijst)

### **Beginvraag:**

Wat weet u over de huidige wetgeving omtrent de verkoop van alcohol aan minderjarigen ?

### **Andere vragen:**

#### **Topic: wetgeving**

- Weet u welk verschil is in de wetgeving op alcoholverkoop tussen -16 en -18 jarigen, en weet u waarom die wetgeving er is gekomen?
- Hoe sta jij tegenover deze wetgeving?
- Wat is jouw mening omtrent de minimumleeftijd waarop alcohol mag geschonken worden?
- Bent u al in contact gekomen met jongeren (-16) die alcohol wensen te kopen en/of met jongeren (-18) die sterke drank wilden kopen. Hoe hebt u hierop gereageerd?
- Hebt u ooit al alcohol verkocht aan -16 jarigen? Bewust of onbewust?
- Hebt u ooit al sterke drank verkocht aan -18 jarigen? Bewust of onbewust?
- Wat doe je als je niet zeker bent van de leeftijd van iemand die alcohol wenst te kopen? Ga je voort op het uiterlijk?
- Als je de macht had om de alcoholwet te veranderen, wat zou u al dan niet aanpassen, en waarom?
- Zijn er hier in jullie zaak al initiatieven genomen om alcoholverkoop aan minderjarigen te bannen? Welke?

#### **Topic: gevaren**

- Wat zijn volgens jou de nadelige gevolgen van het drinken van alcohol bij minderjarige jongeren? Gevolgen korte termijn? Gevolgen langere termijn?
- Wat zijn volgens jou de grootste oorzaken van problematisch alcohol gebruik bij jongeren?
- Hoe groot denkt u dat het probleem ' alcoholgebruik/misbruik bij minderjarigen' is en is er volgens u echt een probleem?

- Hoe zou u zich voelen als u te weten zou komen dat een minderjarige in het ziekenhuis belandde wegens binge drinking nadat hij in uw zaak alcohol kocht of nuttigde?

### **Topic: Straffen**

- Weet u welke straffen er gelden?
- Hoe staat u tegenover de boetes en eventuele gevangenisstraf wanneer u zou betrappt zijn op het schenken/verkopen van alcohol of sterke drank aan -16 en aan -18 jarigen? Bent u ooit beboet geweest op verkoop aan minderjarigen ?
- Hoe komt het, denkt u, dat sommige verkooppunten toch alcohol verkopen aan minderjarigen, ook al is dit verboden?
- Hebt u ooit al controle gehad van de Dienst Inspectie Consumptieproducten van de FOD Volksgezondheid? Hoe hebt u dit ervaren? Indien ja, bent u voorzichtiger geworden achteraf?

### **Slot**

Zijn er nog zaken die niet aan bod zijn gekomen tijdens het interview en die je wilt vertellen? Hoe heb je het interview ervaren? Graag hadden wij u willen bedanken voor je medewerking.

## 8.4 Bijlage 4: zelfklever

**Begin niet te vroeg**

**-16**  
WATER  
FRUITSAP  
FRISDRANK

**+16**  
WATER  
FRUITSAP  
FRISDRANK  
BIER  
WIJN

**+18**  
WATER  
FRUITSAP  
FRISDRANK  
BIER  
WIJN  
JENEVER  
STERKEDRANK

**-18** GEEN STERKEDRANK ONDER DE 18 JAAR

**-16** GEEN ALCOHOL ONDER DE 16 JAAR

**de druglijn**

VIJ - Sings Zuretek, Vredesdriehoekstraat 11, 1000 Brussel  
Een campagne van Tobac en Sers van het Federaal Instituut ter Bescherming van de Jeugd

be



## 8.5 Bijlage 5: barbriefing

-16 GEEN ALCOHOL ONDER DE 16 JAAR

### Briefing over het schenken van alcohol

De wet van 10 december 2009 bepaalt dat geen alcohol mag verkocht worden aan jongeren onder de zestien. Voor sterkedrank moet je minstens achttien zijn.

#### Waarom niet?

Jongeren zijn gevoeliger voor de effecten van alcohol dan volwassenen, terwijl ze er ook moeilijker mee om kunnen gaan. Hoe vroeger met drinken begonnen wordt, hoe groter de kans op latere drankproblemen.

#### Hoe zit het nu precies?

- 16: Geen alcohol!
- +16: Wel gegiste dranken zoals bier en wijn
- +18: Alle alcoholische dranken

- Klanten moeten kunnen aantonen hoe oud ze zijn. Vraag naar een leeftijdsbewijs.
- Schenk enkel alcohol en sterkedrank als de klant de juiste leeftijd heeft. (geen leeftijdsbewijs = geen alcohol)
- Controles gebeuren door zowel politie als gezondheidsinspecteurs van de overheid. (boetes van € 275 tot € 5500!)

#### Gezondheidsproblemen voorkomen

Dronken klanten? Neem je verantwoordelijkheid! Wees alert voor volgende signalen: glazige ogen, grote pupillen, lallende spraak, misselijkheid, verwardheid, snelle ademhaling, ...

- Schenk geen alcohol meer! Bied een alternatief aan (water, softdrinks).
- Vraag of alles ok is en spreek je bezorgdheid uit.
- Maak duidelijk dat de bezoeker niet meer mag rijden!

#### Gewoon doen!

Zonder de inzet en het engagement van alle betrokken partijen zoals ouders, jongeren, horeca, festivals, fuiven en de supermarkten blijft deze wet dode letter. Daarom is het belangrijk dat ook jij meedoet!

Bedankt alvast voor jouw medewerking!

GEEN STERKEDRANK ONDER DE 18 JAAR -18

.bede druglijn

## 8.6 Bijlage 6: foto's van affiches/postkaarten



## **8.7 Bijlage 7: handleiding alcohol "in-zicht" spel**

### **Doelstelling**

Het doel van dit educatief spel is het sensibiliseren van jongeren voor de gevaren van alcoholgebruik en alcoholmisbruik.

### **Doelgroep en spelduur**

Deze speldoos is bedoeld voor jongeren van de tweede graad van het secundair onderwijs. Het spel kan worden gebruikt op school, in de jeugdbeweging,... voor groepjes van 4 à 5 spelers per groep en duurt ongeveer 50min.

Het spel bestaat uit verschillende onderdelen:

1. Vragen in de doos, in groepjes van ongeveer 4 à 5 leerlingen, begeleiding in de antwoorden waar nodig
2. Slotbespreking

### **Spelverloop**

De leerkracht/begeleider geeft een korte uitleg wat betreft de bedoeling en het verloop van het spel . Na de toelichting wordt het spel gestart.

De ruimte heeft 5 plaatsen waar verschillende activiteiten kunnen doorgaan. Er zijn 5 opdrachten en we hanteren een doorschuifstelsel. Het maakt dus niets uit bij welke activiteit een groepje jongeren start.

De kookwekker geeft na 8 minuten aan dat de groepen moeten doorschuiven om naar de volgende opdracht te gaan. Dit gedeelte neemt dus in totaal 40 minuten in beslag.

Als alle opdrachten doorlopen zijn komt de volledig groep weer samen voor de slotbespreking en evaluatie. Er blijft voor dit gedeelte nog 10 minuten van een lestijd over.

### **Inhoud**

De 'alcohol in- zicht' doos bevat:

- 4 stapeltjes kaarten in 4 verschillende kleuren.
- een kaart met cirkels ( te gebruiken tijdens de vragenronde)
- een tekening van het lichaam
- een tennisbal
- vals geld
- alcoholtester
- handleiding voor de begeleider
- opdrachtkaartjes voor de jongeren
- kookwekker
- poster: 'begin niet te vroeg'
- per opdracht een antwoordkaart

Extra Materiaal: pen en papier

## **Opdracht 1**

Doel: de kijk van leerlingen op elkaar in kaart brengen

Materiaal: een tennisbal

Opdracht:

De groep gaat in een kring staan. Geef de tennisbal aan een willekeurig iemand. Stel steeds een nieuwe vraag. De persoon met het balletje geeft antwoord door het balletje naar een andere persoon te gooien die volgens hem /haar het beste bij de vraag past. Als alle vragen doorlopen zijn kan je zelf nog nieuwe vragen bedenken.

- ✓ Wie drinkt er wel eens een biertje?
- ✓ Wie was er ooit eens dronken?
- ✓ Wie drinkt meer dan 1x in de week alcohol?
- ✓ Wie drinkt elke dag alcohol?
- ✓ Wie lust geen bier?
- ✓ Wie lust geen sterke dranken?
- ✓ Wie lust geen alcohol?
- ✓ Wie drinkt alcohol in het weekend?
- ✓ Wie drinkt elke dag alcohol?
- ✓ Wie is er elke keer dronken?
- ✓ Wie wordt agressief van alcohol?
- ✓ Wie valt in slaap van alcohol?
- ✓ Wie is al in het ziekenhuis beland nadat hij/zij teveel gedronken had?
- ✓ Wie raakte al eens betrokken in een vechtpartij nadat hij/zij teveel gedronken had?
- ✓ Wie dronk tijdens een feestje ooit zoveel dat hij/zij niet meer wist hoe hij/zij was thuisgeraakt?
- ✓ Wie had ooit seks in dronken toestand?
- ✓ Wie had al onveilige seks door alcohol?
- ✓ Wie was ooit al eens roekeloos in het verkeer door teveel te drinken?
- ✓ Wie had ooit al eens een kater?

## **Opdracht 2 : shaken not stired**

Doel: verruiming kennis wetgeving

Opdracht 2a:

Rangschik de foto's van deze dranken in volgorde met het alcoholpercentage van laag naar hoog

Opdracht 2b:

Plaats daarna deze foto's in de juiste kolom. Wanneer mag je deze drinken?

- jonger dan 16 jaar, tussen 16 en 18 jaar, ouder dan 18 jaar



Juiste antwoord: cola (0%) , Breezer (4%) pils (4-6%), wijn (12-13%), jenever (35-38%)

-16 jaar	16-18 jaar	18 jaar
cola	Pils wijn	Breezer jenever

Juiste antwoord: waarom? Pils en wijn zijn gefermenteerde producten en Breezer, jenever, whisky ed. zijn gedestilleerde producten, Breezer bevat maar een laag alcoholgehalte maar is op basis van Rum, wodka,... en Deze zijn gedestilleerde dranken en daarom mag het ook pas vanaf 18 jaar

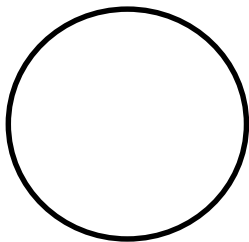
Gefermenteerde dranken: op natuurlijke wijze gemaakt enkel door de toevoeging van gist. Suiker wordt omgezet tot alcohol en koolstofdioxide, het maximum verkregen alcoholpercentage is 16%

Gedestilleerde dranken: worden na de gisting ook nog eens gedestilleerd voor een betere smaak en een hoger alcoholpercentage. Van 15 % alcohol tot 98%.

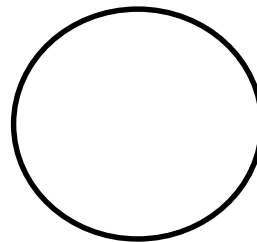
Opdracht 2c:

Mag je Pils, Cava,... drinken vanaf 16 jaar maar jonger dan 18 jaar? Plaats de drank in de juiste cirkel.

**Tussen 16 en 18 jaar**



**ouder dan 18jaar**



Leffe 6,6%	Pils 5%	Alcoholpops, Breezers Vanaf 5%
Porto 20%	Cava 12%	Gin 37,5%
Tequila 38%	Wodka 35-70%	Wijn 12%

Juiste antwoorden:

Leffe 6,6% Tussen 16 en 18 jaar	Pils 5% Tussen 16 en 18 jaar	Alcoholpops, Breezers Vanaf 5%
Porto 20% Tussen 16 en 18 jaar	Cava 12% Tussen 16 en 18 jaar	Gin 37,5% ouder dan 18jaar
Tequila 38% ouder dan 18jaar	Wodka 35-70% ouder dan 18jaar	Wijn 12% Tussen 16 en 18 jaar

### **Opdracht 3 : kennisvragen**

Doel: verruiming kennis alcohol – jongeren correcte informatie te verschaffen over alcohol

Opdracht:

Geef antwoord op de vragen. Het zijn meerkeuzevragen

**1. Hoe lang blijft alcohol uit 1 standaardglas bier in je lichaam? (1 standaardglas is 25cl bier)**

- a) 30 min
- b) 1u
- c) 1,5 uur
- d) 2 uur
- e) 3uur

Juiste antwoord: 1,5u

**2. Wie of wat is Korsakov?**

- a) Een merk van Wodka
- b) Een dorp waar de beste wodka gemaakt wordt
- c) De ontdekker van de wodka
- d) Hersenbeschadiging als gevolg van overmatig alcoholgebruik

Juiste antwoord: d

*Het syndroom van Korsakov wordt veroorzaakt door langdurig en overmatig alcohol- of harddruggebruik. Symptomen zijn: geheugenstoornissen en het vertellen van vaak overdreven en verzonnen verhalen. Het syndroom wordt veroorzaakt door een vitaminetekort ten gevolge van overmatig alcoholgebruik.*

### **3. Na hoeveel tijd bereikt alcohol de hersenen?**

- a) 1 minuut
- b) 5 minuten
- c) 10 minuten
- d) 20 minuten

Juiste antwoord: c

*Via de maag en de darmen wordt de alcohol in het bloed opgenomen. Het bloed verdeelt de alcohol over het lichaamsvocht en brengt het naar de hersenen. Na een minuut of 10 bereikt alcohol de hersenen. Vanaf dan kun je de effecten voelen.*

### **4. Binge drinken is :**

- a) Drinken aan de bar
- b) Verstandig omgaan met alcohol
- c) Een grote hoeveelheid alcohol drinken om zo snel mogelijk dronken te worden

Juiste antwoord: c

*De term 'bingedrinken' is afkomstig uit de klinische setting om te refereren naar een periode van continu drinken, over verschillende dagen, door een persoon die alcoholafhankelijk is. De periode van bingedrinken stopt enkel dan wanneer de drinker niet meer in staat is verder te drinken. In recente jaren wordt de term steeds meer gebruikt om te verwijzen naar een drinkgedrag waarbij in één drinkgelegenheid een grote hoeveelheid alcohol wordt ingenomen. Deze vorm van bingedrinken is een fenomeen dat vooral voorkomt bij jongeren, hoewel niet exclusief, vaak met als doel dronken te worden .*

### **5. Alcohol is een:**

- a) oppeppend middel
- b) een verdovend middel
- c) een hallucinogeen

Juiste antwoord: b

*Een verdovend middel omdat het een verdovend effect heeft op de hersenen*

### **6. Kan je dood gaan van teveel alcohol ?**

- a) Ja
- b) Nee

Juiste antwoord: Ja, teveel alcohol verlamt de zenuwen, waardoor men in coma kan geraken en de ademhaling kan stoppen met de dood tot gevolg.

### **7. Heb je een idee hoeveel letselongevallen er elk jaar gebeuren door de invloed van alcohol ?**

- a) Minder dan 1000
- b) Meer dan 2500
- c) Meer dan 4000



Juiste antwoord: c , meer dan 4000

*Rijden onder invloed van alcohol blijft één van de voornaamste veiligheidsproblemen in het verkeer. In België alleen al speelt alcohol elk jaar een rol in meer dan 4000 letselongevallen, waarbij meer dan 1000 doden en zwaargewonden en nagenoeg 6000 slachtoffers vallen.*

**8. Als je bij koud weer alcohol drinkt stijgt je lichaamstemperatuur dan?**

- a) Ja
- b) Nee

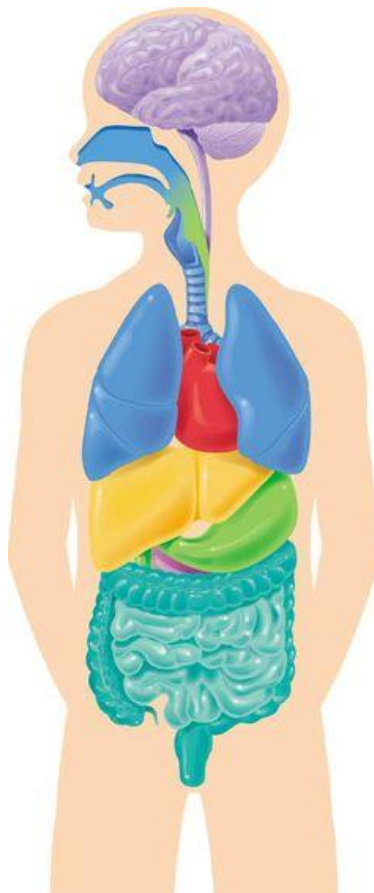
Juiste antwoord : Nee

*Alcohol verwijdt de bloedvaten. Dat geeft een warm gevoel maar door de verwijding verlies je warmte en daalt de lichaamstemperatuur. Het warme gevoel na drinken is dus bedrieglijk. Veel wintersporters denken ten onrechte dat ze door het drinken van alcohol tijdens of na het skiën/schaatsen warm worden. Dit is onjuist.*

*De huid van iemand die gedronken heeft kan warmer aanvoelen, maar de daadwerkelijke temperatuur van het lichaam is kouder. Onderkoeling kan dus snel ontstaan.*

**9. Duid aan op het lichaam waar overmatig alcohol gebruik schade kan aanrichten**

*Juiste Antwoorden: hersenen, hart en vaatziekten, maag, lever, pancreas,*



## **Opdracht 4 :Coma zuipen**

Doel: jongeren leren gezonde keuzes te maken m.b.t. alcohol

### Opdracht:

Rollenspel: Neem een rollenspel, improviseer met twee, de rest van de groep kan observeren. Na enkele minuten kunnen de gevaren en oplossingen, geanalyseerd worden. Neem eventueel een tweede spel en wissel onderling van functie ( analist versus improvisaties )

#### **Rollenspel 1:**

Barmedewerker (18+ ) Jij staat tijdens een feestje van bv. je vereniging achter de bar om te bestellen. Er zit een jongen aan de bar die duidelijk teveel gedronken heeft. Op een gegeven moment valt hij zelfs van zijn barkruk. De jongen krabbelt weer recht en bestelt een biertje bij je. Wat doe je?

Feestbezoeker (16+) Je hebt een drukke week achter de rug en je bent blij dat het eindelijk weekend is. Je merkt wel dat de biertjes harder aankomen na zo'n drukke week met weinig slaap! Op een gegeven moment val je van je kruk omdat het plots niet meer zo helder in je hoofd is. Maar, het is tenslotte weekend, dus je krabbelt recht en je bestelt nog een biertje.

#### **Rollenspel 2:**

Bezorgde vriend: Ik ben op een fuif, het is laat en ik wil naar huis. Ik ben samen met een vriend naar de fuif gekomen met de fiets en wil terug samen naar huis fietsen, maar je vriend is erg zat en wil het feestje nog niet verlaten.

Feestbeest: Ik ben 16 en heb teveel gedronken op een fuif, ik wil echt nog niet naar huis en wil verder feesten

### **Rollenspel 3:**

#### Barmedewerker

Je staat achter de bar bij een feest van je vereniging en er komt een jongen naar je toe. Hij bestelt 10 biertjes. Je weet wel wie die jongen is en dat hij ongeveer 18jaar is dus dat zit wel goed. Alleen op het moment dat hij vertrekt met de 10 biertjes merk je dat hij deze biertjes uitdeelt aan allerlei jongens en meisjes waarvan je weet dat die nog geen 16 jaar zijn. Wat doe je?

#### Feestbezoeker

Toen je buiten wat stond te praten met een vriend kwam het broertje van je beste vriend naar je toe met de vraag of jij straks wat biertjes voor hem en zijn vrienden zou willen bestellen. Je loopt naar de bar en bestelt 10 biertjes.

### **Rollenspel 4**

#### De jongen op de bromfiets

Ik ben 17 en heb net het einde van de examens gevierd met 4 biertjes en rijd met de bromfiets naar huis

#### Politieagent

Ik ben politieagent en mijn taak is om iedereen op fiets en bromfiets te controleren, hierbij vraag ik de verzekeringspapieren en wil een bijbehorende alcoholtest uitvoeren.

### **Opdracht 5 : Ik ben niet dronken! En eindelijk op café!**

Doel: Kennisverruiming m.b.t. alcohol

#### Opdracht 5a:

Mag dat of mag dat niet? Gebruik de ROOD/GROEN kaart om je antwoord te geven. Je mag in discussie gaan met elkaar.

Ik ben 13 jaar en ik wil een fles wijn kopen voor mijn mama in de supermarkt.	<i>Antw: dat mag niet, ook niet of het nu voor je mama is of niet. Wijn mag pas vanaf 16 jaar</i>
Ik ben 20 en sta achter de bar in het jeugdhuis, er komt Iemand van rond de 15jaar vragen voor een biertje, ik	<i>Antw: dat mag niet, minimumleeftijd voor bier is 16jaar</i>

verkoop hem dat zonder probleem, want hij die iemand die toch niet veel drinkt	
Ik ben 14 jaar en ik wil een pintje kopen op café.	<i>Antw: dat mag niet, Bier mag pas vanaf 16 jaar</i>
Ik ben 20 en heb allerlei sterke dranken in huis gehaald voor een wild feestje. Op dat feestje mag van mijn iedereen daarvan drinken ook mijn jongere broer van 17 en zijn vrienden	<i>Antw: dat mag niet, sterke dranken kunnen pas vanaf 18</i>
Ik ben 15 jaar en ik wil een pintje kopen op een fuif.	<i>Antw: dat mag niet Bier mag pas vanaf 16 jaar</i>
Ik ben 16 jaar en ik wil een Breezer kopen in de nachtwinkel.	<i>Antw: dat mag niet, Breezer behoort tot sterke dranken en mag pas vanaf 18jaar</i>
Ik ben 16 jaar en op een familiefeest drink ik bij het aperitief een glaasje cava	<i>Antw: dat mag, cava mag vanaf 16jaar</i>
Ik ben 17 jaar en ik wil een pintje kopen op café.	<i>Antw: dat mag</i>
Ik ben 18 jaar en ik wil een fles sterke drank kopen in een tankstation.	<i>Antw: dat mag</i>
Ik ben 16 en wil een fles wodka kopen, ik weet dat het niet mag maar probeer de verkoper het dubbele van de prijs te bieden om die fles toch maar te kunnen kopen.	<i>Antw: Dat mag niet, extra geld of niet de verkoper moet zich aan de wet houden en die zegt dat sterke drank pas vanaf 18 kan</i>

#### Opdracht 5b:

Doel: het voeren van open discussies over verantwoord alcoholgebruik

Besprek in groep

#### **1. Waarom drink ik (niet)? Bespreek in groep**

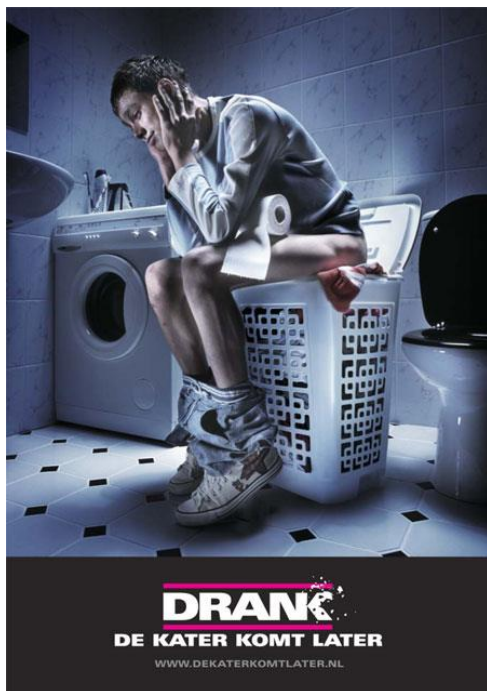
*Problemen thuis, groepsdruk,...*

**2. Hoeveel geld geef je elke week uit aan alcohol? Neem het geld uit de doos, vergelijk onderling en vergelijk op het einde met de andere groepen.**

**3. Wat denken jullie over het feit dat er heel wat verkeersdoden vallen ten gevolge van overmatig alcoholgebruik? Geef jullie mening hierover.**

**4. Wie had ooit een kater? Kan je vertellen wat je hierbij voelde?**

**5. Hier volgen enkele posters, wat is op de posters te zien en wat is jullie mening?**



## **Slotbespreking**

- ✓ Groepsgesprek ( met iedereen) vergelijk de resultaten en geld
- ✓ Wat is je bijgebleven?
- ✓ Wat vond je leuk?
- ✓ Wat vond je interessant?
- ✓ ....

## **Richtlijnen i.v.m. alcoholgebruik**

### **Volwassen mannen**

- Gemiddeld niet meer dan 21 standaardglazen per week
- Nooit meer dan 5 standaardglazen per keer
- Tenminste 2 dagen per week geen alcohol (minimum 2 alcoholvrije dagen per week)

### **Volwassen vrouwen**

- Gemiddeld niet meer dan 14 standaardglazen per week
- Nooit meer dan 3 standaardglazen per keer
- Tenminste 2 dagen per week geen alcohol (minimum 2 alcoholvrije dagen per week)

### **Jongens en meisjes**

- Geen alcohol onder de 16 jaar
- Geen sterke drank onder de 18 jaar

### **Jongens tussen 16 en 18 jaar**

- Niet meer dan 2 standaardglazen per keer
- Niet meer dan 2 dagen per week
- Geen wekelijkse gewoonte

### **Meisjes tussen de 16 en 18 jaar**

- Niet meer dan 1-2 standaardglazen per keer
- Niet meer dan 2 dagen per week
- Geen wekelijkse gewoonte

## **Interessante gegevens**

Nummer antigifcentrum: 070 24 52 45

[www.vad.be](http://www.vad.be)

[www.druglijn.be](http://www.druglijn.be)