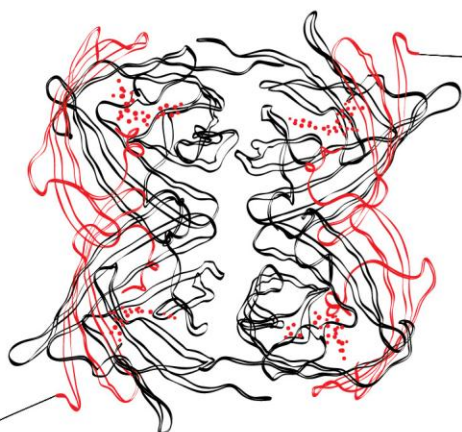
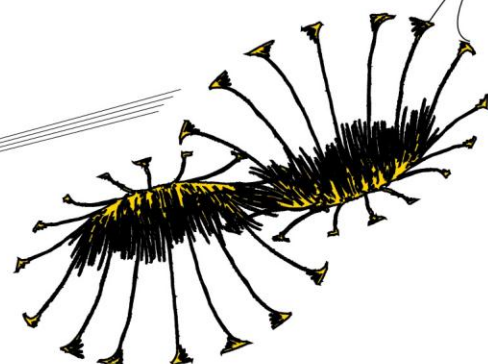




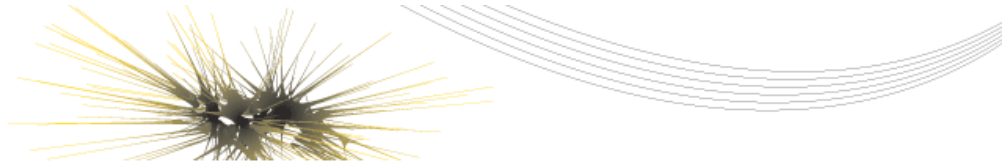
ALCOHOLVERKOOP AAN JONGEREN.

In regio Zuidoost-Brabant.

Jim Krokke, MSc
Dr. Joris van Hoof



UNIVERSITEIT TWENTE.



ALCOHOLVERKOOP AAN JONGEREN.

In regio Zuidoost-Brabant.

ONDERZOEKERS:

Jim Krokke, MSc

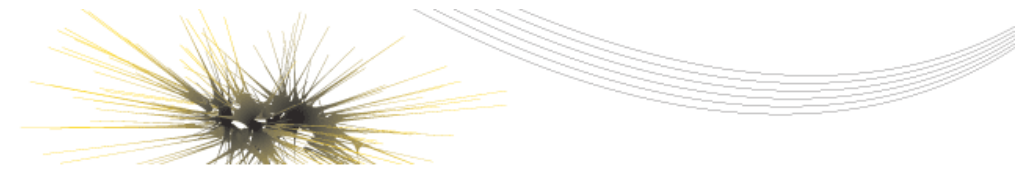
Dr. Joris van Hoof

Faculteit Gedragwetenschap
UNIVERSITEIT TWENTE

OPDRACHTGEVER:

Laat je niet flessen!

Mw. Maartje Stokkermans

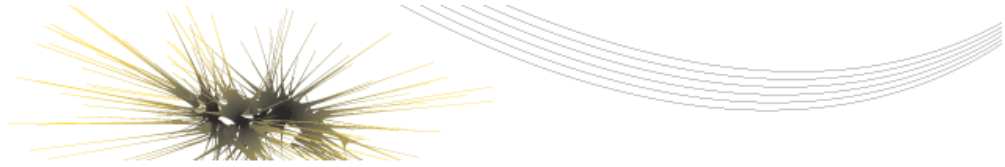


INLEIDING

Om de consumptie van alcohol door jongeren te minimaliseren zijn in Nederland twee leeftijdsgrenzen aangaande de verkoop van alcoholhoudende dranken van kracht. Medewerkers van verkooppunten waar alcohol wordt verkocht dienen vast te stellen dat een potentiële koper de gerechtigde leeftijd van 16 jaar (alcoholhoudende dranken tot en met 14,9% alcohol en wijndestillaten zoals port, sherry en vermout) of 18 jaar (alcoholhoudende dranken met 15% alcohol of meer, ook indien verwerkt in mixdranken) heeft bereikt alvorens alcohol mag worden verkocht (DHW, artikel 20, lid 1 en 2). Het vaststellen van de leeftijd dient plaats te vinden middels het verifiëren van een geldig identiteitsbewijs. Indien een potentiële klant onmiskenbaar oud genoeg is, dan hoeft een verkoper niet vast te stellen dat iemand oud genoeg is (DHW, artikel 20, lid 4). Jongeren die jonger zijn dan 16 jaar mogen bovendien niet in een slijtlokaliteit (het gedeelte van de slijterij waar de sterke drank staat) worden toegelaten (DHW, artikel 20, lid 3).

Box 1: *Drank en Horecawet (geldend op 30-09-2011), Artikel 20*

1. Het is verboden bedrijfsmatig of anders dan om niet alcoholhoudende drank te verstrekken aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt. Onder verstrekken als bedoeld in de eerste volzin wordt eveneens begrepen het verstrekken van alcoholhoudende drank aan een persoon van wie is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt, welke drank echter kennelijk bestemd is voor een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt.
2. Het is verboden bedrijfsmatig of anders dan om niet sterke drank te verstrekken aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. Onder verstrekken als bedoeld in de eerste volzin wordt eveneens begrepen het verstrekken van sterke drank aan een persoon van wie is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt, welke drank echter kennelijk bestemd is voor een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt.
3. Het is verboden in een slijtlokaliteit de aanwezigheid toe te laten van een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt, anders dan onder toezicht van een persoon van 21 jaar of ouder.
4. De vaststelling, bedoeld in het eerste tot en met derde lid, blijft achterwege, indien het een persoon betreft die onmiskenbaar de vereiste leeftijd heeft bereikt. De vaststelling geschiedt aan de hand van een document als bedoeld in artikel 1, eerste lid, van de Wet op de identificatieplicht, dan wel een bij of krachtens algemene maatregel van bestuur aangewezen document.



METHODE

ONDERZOEKSVRAGEN

Middels een nalevingsonderzoek is antwoord verkregen op de volgende onderzoeksvragen.

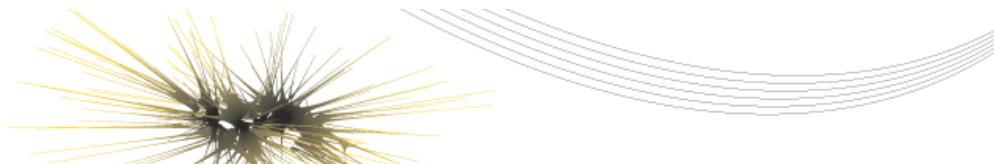
Hoofdvraag

In hoeverre worden de in de Drank- en Horecawet genoemde leeftijdsgrenzen nageleefd in supermarkten, horeca en sportkantines in regio Zuidoost-Brabant?

Deelvragen

- In welke mate wordt de leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van zwakalcoholhoudende dranken nageleefd in supermarkten, horeca en sportkantines in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate stellen verkopers de leeftijd van de minderjarige klanten vast in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate leidt het vaststellen van de leeftijd tot de uiteindelijke naleving in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate verschillen de vastgestelde nalevingspercentages door de jaren heen in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate verschillen de regionale nalevingscijfers van regio Zuidoost-Brabant in 2011 ten opzichte van de landelijk vastgestelde naleving in 2011¹?

¹ Van Hoof & Krokké (2011). Alcoholverkoop aan jongeren: Een landelijk nalevingsonderzoek. Enschede: Universiteit Twente.



PROCEDURE

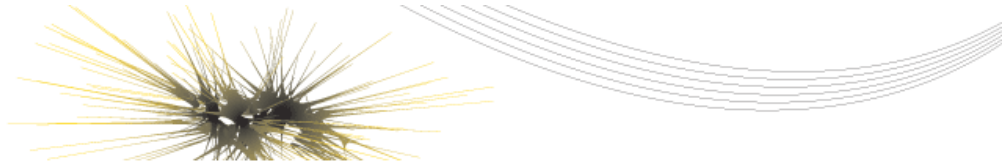
Om tot een betrouwbare en representatieve uitspraak te komen ten aanzien van de huidige naleving van de leeftijdsgrenzen aangaande de verkoop van alcoholhoudende drank aan jongeren ligt de methode 'mysteryshopping' voor de hand. Vragenlijstonderzoek laat grote verschillen zien tussen wat verkopers en jongeren als naleving rapporteren². Zo is de zelf gerapporteerde naleving van 100% in supermarkten, 93% in de horeca en 99% in slijterijen uit het onderzoek van Bieleman, Kruize en Zimmerman (2010) ver verwijderd van de door jongeren gerapporteerde nalevingpercentages. Ook de resultaten die de Universiteit Twente de afgelopen jaren in deze branches (op lokaal en regionaal niveau) heeft vastgesteld aan de hand van vergelijkbare 'mysteryshopping' bezoeken laten een vergelijkbaar beeld zien: de naleving lag gemiddeld rond de 20%.

In een in 2009 in opdracht van het Centraal Bureau Levensmiddelen uitgevoerd onderzoek heeft de Universiteit Twente bovendien vastgesteld dat de naleving in supermarkten ongeveer 25% bedroeg (gebaseerd op een steekproef van 105 supermarkten in drie regio's)³.

Bij de methode 'mysteryshopping' wordt een bedrijf of instelling bezocht door een persoon die zich voordoet als klant, zonder dat het personeel van het bedrijf of instelling op de hoogte is van het onderzoek en de onderzoeksdoelstelling. Om de naleving van de leeftijdsgrenzen bij de verkoop van alcoholhoudende dranken in kaart te brengen hebben getrainde minderjarige mysteryshoppers geprobeerd alcoholhoudende dranken aan te schaffen bij drie typen alcoholverstrekkers, namelijk supermarkten, horeca en sportkantines in regio Zuidoost-Brabant.

² Bieleman, B., Kruize, A., & Zimmerman, C. (2010). *Monitor alcoholverstreking jongeren 2009. Naleving leeftijdsgrenzen 16 en 18 jaar drank- en horecawet: tweejaarlijkse metingen 1999-2009*. Groningen: IntraVal.

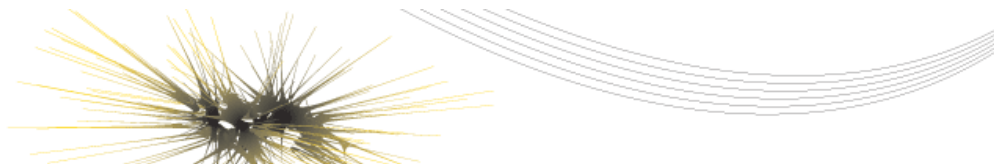
³ Gosselt, J.F., Van Hoof, J.J., Baas, N., & De Jong, M.D.T. (2011). *Under 20? Show your ID! Effects of a national information campaign on compliance with age restrictions for alcohol sales*. *Journal of Adolescent Health*, 49, 97-98.



Aangezien de alcoholverstrekkers niet op de hoogte zijn van het feit dat ze bezocht worden en er gewerkt wordt met minderjarige jongeren zijn onderstaande ethische en juridische overwegingen relevant. Het door de Universiteit Twente ontwikkelde en gehanteerde 'Onderzoeksprotocol Nalevingsonderzoek' voldoet aan deze ethische en juridische normen⁴. Het onderzoeksprotocol kent ondermeer de volgende uitgangspunten als basis:

- Alle door de Universiteit Twente uitgevoerde nalevingsonderzoeken zijn/worden geaccordeerd bij de Ethische Commissie van de faculteit Gedragwetenschappen van de Universiteit Twente;
- Namen van de mysteryshoppers en de bezochte verstrekkers blijven anoniem;
- De in de Drank- en Horecawet opgenomen leeftijden zijn van toepassing op productverkoop; aankoop en consumptie van het product zijn onder de huidige wetgeving legaal;
- Van alle deelnemende jongeren is schriftelijke toestemming van hun ouders/verzorgers verkregen;
- Tijdens de aankoopogingen is te allen tijde een onderzoeker van de Universiteit Twente aanwezig (echter wel uit het zicht van het personeel van de bezochte onderzoekseenheden);
- Alle producten die zijn aangeschaft in het kader van het onderzoek worden nadien vernietigd.
- Alle deelnemende jongeren ontvangen na uitvoering van het onderzoek een uitgebreide briefing van inhoudelijke experts waarin zij worden gewezen op de nadelige gevolgen van (vroegtijdig) alcoholgebruik.

⁴ Gosselt, J. F., Van Hoof, J. J., De Jong, M. D. T., & Prinsen, S. (2007). *Mysteryshopping and alcohol sales: do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers?* *Journal of Adolescent Health, 41*, 302-308.



CORPUS EN STEEKPROEF

Om tot een representatief beeld van de naleving van de geldende leeftijdsgrens voor de verkoop van zwakalcoholhoudende dranken te komen zijn er in totaal 217 alcohol aankoopogingen verricht. De bezochte verkooppunten zijn verspreid over de regio Zuidoost-Brabant. In Tabel 1 is de verdeling per soort verkooppunt te zien. Deze verdeling is nagenoeg gelijk aan de eerder uitgevoerde nalevingsonderzoeken in de regio Zuidoost-Brabant.

Tabel 1: *Steekproef van de bezochte supermarkten, horeca en sportkantines*

Soort verkooppunt	Aantal bezoeken
Supermarkten	77
Horeca	79
Sportkantines	61
Totaal	217

MYSTERYSHOPPERS

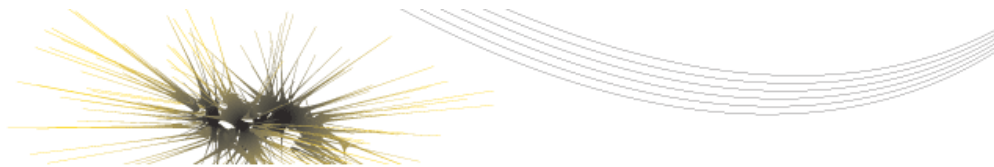
Aan het nalevingsonderzoek hebben in totaal 8 jongeren (4 jongens en 4 meisjes) van 15 jaar deelgenomen. Werving van de jongeren is gebeurd via een middelbare school in de desbetreffende regio. De selectie van de jongeren is gebaseerd op lengte en gewicht (binnen 95% betrouwbaarheidsinterval van het TNO Groei-onderzoek), beschikbaarheid op de dagen van het onderzoek, woonplaats, uiterlijke kenmerken (geen extreem uiterlijk), en geschiktheid voor het uitvoeren van de onderzoekstaak (inschatting docent). De ouders of verzorgers van de jongeren hebben schriftelijk toestemming verleend voor deelname van hun kind. Voor hun deelname ontvingen de jongeren een onkostenvergoeding.

ONDERZOEKSBEGELEIDERS

Tijdens alle bezoeken zijn de minderjarige mysteryshoppers begeleid door onderzoeksbegeleiders van de Universiteit Twente. Naast de begeleiding van de jongeren waren deze onderzoeksbegeleiders verantwoordelijk voor het bewaken van het onderzoeksprotocol tijdens alle bezoeken.

PROCEDURE

De mysteryshoppers zijn voorafgaand aan de bezoeken getraind in het uitvoeren van de bezoeken in de verkooppunten volgens een vast onderzoeksprotocol. Er werden twee protocollen gehanteerd: een protocol voor supermarkten, waar alcohol *in gesloten verpakking* (bijvoorbeeld een flesje of een blikje bier) kan worden aangekocht en een protocol voor (overige) horeca en sportkantines waar alcohol *open* kan worden aangekocht (bijvoorbeeld bier in een glas).



Onderzoeksprotocol 1: Alcohol in gesloten verpakking

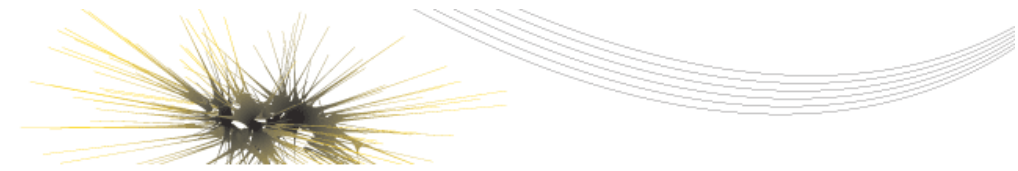
De mysteryshopper ging alleen het verkooppunt binnen en pakte (of vroeg) een eenheid zwakalcoholhoudende drank uit de schappen en begaf zich naar de kassa. De mysteryshopper is geïnstrueerd om de meest linker geopende kassa te nemen (uitsluiting van bias). Hier diende hij/zij op een aantal omgevingsvariabelen te letten: het totale aantal kassa's in het verkooppunt (dit geeft een indicatie van de grootte van het verkooppunt), het aantal kassa's dat open is tijdens het bezoek, het aantal mensen voor in de rij bij aansluiten (om de drukte binnen het verkooppunt te registreren), de aanwezigheid van stickers of posters die wijzen op de geldende leeftijdsgrenzen ten opzicht van de verkoop van alcoholhoudende drank en het geslacht en de geschatte leeftijd van de verkoper. Indien de verkoper naar de leeftijd vroeg loog de jongere over zijn of haar leeftijd (door aan te geven dat hij/zij 16 jaar is). Indien een verkoper om identificatie vroeg om zo de leeftijd van de jongere vast te stellen, liet de jongere zijn/haar eigen, echte ID-kaart zien. Na het eventueel weigeren van de aankoop ging de mysteryshopper niet in discussie en begaf zich naar de onderzoeksbegeleiders die buiten het verkooppunt stonden te wachten. Na het eventueel accorderen van de aankoop door de verkoper, betaalde de jongere voor het product en leverde het aangekochte product (buiten het verkooppunt) in bij de onderzoeksbegeleiders. Na afloop van elk bezoek rapporteerde de mysteryshopper de zojuist opgedane ervaringen door het invullen van een uitgebreide checklist.

Onderzoeksprotocol 2: Open alcohol

Bij een aankoopoging van *open* alcohol in horecagelegenheden en sportkantines gingen twee mysteryshoppers (één jongen en één meisje) het verkooppunt binnen en bestelden aan de bar twee bier. Ook bij de bezoeken binnen dit protocol zijn de diverse omgevingsfactoren, zoals genoemd in onderzoeksprotocol 1, gedocumenteerd, dienden de mysteryshoppers te liegen over hun leeftijd als daar naar gevraagd werd en lieten zij hun eigen ID-kaart zien als daar om gevraagd werd. Bij het weigeren van de aankoop verlieten de mysteryshoppers direct het verkooppunt. Bij een succesvolle aankoopoging verlieten de mysteryshoppers eveneens het verkooppunt (gebruikmakend van een smoes). Het aangekochte product is (uiteraard) niet genuttigd en achtergelaten in het verkooppunt. Eenmaal terug bij de onderzoeksbegeleiders rapporteerden de mysteryshoppers hun bevindingen.

Wijziging onderzoeksprotocol 2

Ten opzichte van de eerdere onderzoeken in Zuidoost-Brabant is 'Onderzoeksprotocol 2: Open alcohol' in het onderzoek van dit jaar gewijzigd. In plaats van dat de mysteryshopper met een onderzoeker (van ongeveer 25 jaar oud) het verkooppunt (horecagelegenheid of sportkantine) inging, gaan nu twee mysteryshoppers (beide 15 jaar) het verkooppunt binnen. Het nieuwe protocol geeft een betrouwbaarder beeld van de naleving dan het oude onderzoeksprotocol.



RESULTATEN

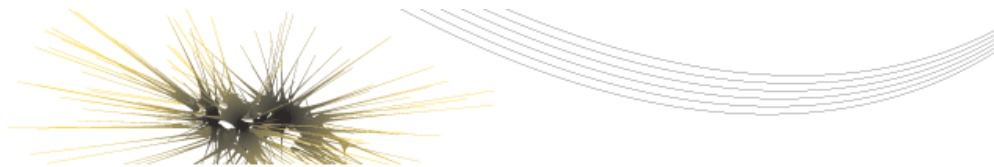
In totaal zijn in dit onderzoek 217 aankoopogingen gedaan bij drie verschillende typen verkooppunten. In Tabel 2 staat een overzicht van het aantal aankoopogingen en hoe vaak er correct werd nageleefd.

Tabel 2: *Aantal aankoopogingen en correcte naleving*

Type verkooppunt	Aantal aankoopogingen	Correcte naleving	Correcte naleving (%)
Supermarkten	77	25	32%
Horeca	79	11	14%
Sportkantines	61	9*	15%
Totaal	217	45	21%

* Bij 2 aankoopogingen bij sportkantines vond er een correcte naleving plaats als gevolg van alcoholbeleid. Dit houdt in dat de tap (nog) niet open was i.v.m. gezette en/of jeugdwedstrijden.

In totaal zijn er 217 aankoopogingen gedaan bij verschillende typen verkooppunten, waarbij in 172 gevallen alcohol is verkocht en 45 keer niet, wat een gemiddelde naleving van 21% representeert. De supermarkten hebben de -relatief- beste naleving in dit onderzoek (32%). In de supermarkt werd de mysteryshopper 25 van de 77 keer geweigerd. Daarna hebben de sportkantines de minst slechte naleving met 15%. Hierbij dient wel rekening gehouden te worden met dat twee maal een correcte naleving plaats vond als gevolg van alcoholbeleid. Het is bij deze verkooppunten dus niet duidelijk hoe er zou zijn nageleefd als de tap wel geopend zou zijn. Stel dat die twee aankoopogingen buiten beschouwing worden gelaten, dan is er een naleving van 12% (7 van de 59 aankoopogingen geweigerd). De laagste naleving is gevonden bij de horecagelegenheden, daar werd in 14% van de aankoopogingen geweigerd alcohol te kopen aan de 15-jarige mysteryshoppers.



Tabel 3 geeft een overzicht van het aantal keer en het percentage waarin verkopers aan de minderjarige mysteryshopper hebben gevraagd om identificatie te tonen. Van alle 217 alcohol aankoopogingen is in totaal 86 keer om identificatie gevraagd (40%).

Tabel 3: *Aantal aankoopogingen en interventies*

Type verkooppunt	Aantal aankoopogingen	ID gevraagd	Correcte naleving (%)
Supermarkten	77	57 (74%)	25 (32%)
Horeca	79	19 (24%)	11 (14%)
Sportkantines	61	10 (16%)	9* (15%)
Totaal	217	86 (40%)	45 (21%)

* Bij 2 aankoopogingen bij sportkantines vond er een correcte naleving plaats als gevolg van alcoholbeleid. Dit houdt in dat de tap (nog) niet open was i.v.m. gezette en/of jeugdwedstrijden.

Procentueel werd er het vaakst naar ID-kaart gevraagd bij supermarkten (74%). In de horecagelegenheden en sportkantines vond de vraag naar ID-kaart duidelijk minder vaak plaats (respectievelijk 24% en 16%).

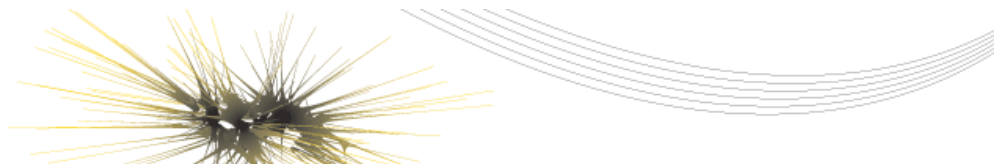
Behalve naar identificatie bleken sommige verkopers ook naar leeftijd te vragen, soms nog gevolgd door de vraag naar identificatie. In Tabel 4 zijn alle 'interventies' en het effect daarvan op de naleving weergegeven.

Tabel 4: *Effect van interventies op de naleving (CN = Correcte Naleving).*

Type verkooppunt	Geen (CN)	Leeftijd vraag (CN)	ID vraag (CN)	Leeftijd & ID (CN)	Totaal (CN)
Supermarkten	20 (0)	0 (0)	51 (20)	6 (5)	77 (25)
Horeca	53 (0)	7 (1)	16 (10)	3 (0)	79 (11)
Sportkantines	45 (2)*	6 (0)	5 (3)	5 (4)	61 (9)
Totaal	116 (2)	13 (1)	72 (33)	14 (9)	217 (45)

* Bij 2 aankoopogingen bij sportkantines vond er een correcte naleving plaats als gevolg van alcoholbeleid. Dit houdt in dat de tap (nog) niet open was i.v.m. gezette en/of jeugdwedstrijden.

Als gekeken wordt naar het effect van de verschillende interventies is te zien dat alleen naar leeftijd vragen voor één weigering zorgt van de in totaal 13 keer dat er naar leeftijd werd gevraagd. Direct vragen naar de ID-kaart van jongeren resulteert in een betere interventie, van de 72 keer dat er naar een ID-kaart werd gevraagd vond er 33 keer een correcte naleving plaats. Eerst naar de leeftijd vragen en vervolgens naar een ID-kaart vragen vond veertien keer plaats. Vervolgens vond er negen keer correcte naleving plaats. In totaal is er 86 keer naar de ID-kaart van de mysteryshopper gevraagd (interventie 'alleen ID-kaart' en interventie 'Leeftijd & ID-kaart' bij elkaar opgeteld). Dit zorgde in 45 gevallen voor een correcte naleving. Dat houdt in dat de jongeren 45 keer, ondanks het bekijken van de ID-kaart door de verkoper, toch alcohol konden aanschaffen.



In totaal werd bij 116 (53%) van de 217 verkooppunten géén interventie gepleegd door de verkopers. In meer dan de helft van alle bezoeken konden mysteryshoppers zonder vragen van de verkoper alcohol kopen.

RESULTATEN DOOR DE JAREN HEEN

Het mysteryshoponderzoek wordt al meerdere jaren in regio Zuidoost-Brabant uitgevoerd. Hierdoor kan er een goede vergelijking gemaakt worden met voorgaande jaren. In Tabel 5 is duidelijk te zien dat er een stijgende lijn zit in de naleving op de drie verschillende type verkooppunten.

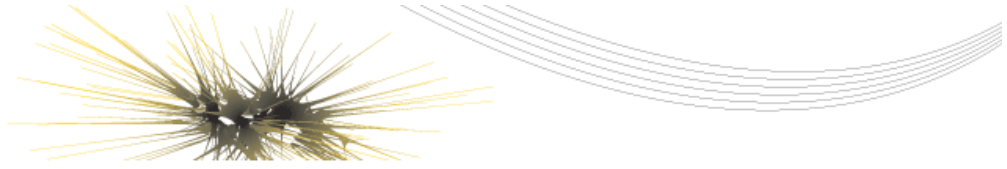
Tabel 5: Nalevingspercentages van de regio Zuidoost-Brabant van 2006 t/m 2011

Type verkooppunt	SRE 2006	SRE 2007	SRE 2008	SRE 2009	SRE 2011	Landelijk 2011
Supermarkten	9%	15%	25%	29%	32%	30%
Horeca	5%	1%	4%	1%	14%	11%
Sportkantines	0%	0%	11%	12%	15%	4%

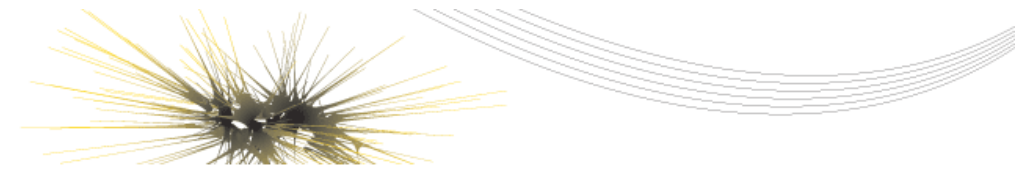
De naleving bij de supermarkten is van 9% in 2006 naar 32% in 2011 gestegen. Procentueel gezien is dat een hogere naleving dan de landelijke naleving (30%) van de Drank- en Horecawet. Echter blijkt uit statistische analyses dat er geen significant verschil is tussen SRE 2011 en het landelijk 2011 onderzoek $\chi^2(1, N = 486) = 0.26, p = .61$.

In de horeca is een behoorlijke stijging te zien door de jaren heen. Waar in 2006 een naleving van 5% werd gevonden, en in 2007 en 2009 verslechterde naar 1%, is in 2011 een naleving van 14% een stijging. Echter dient hier wel rekening gehouden te worden met het feit dat het protocol gewijzigd is. Waar in voorgaande jaren de mysteryshopper met één onderzoeksbegeleider het verkooppunt in ging, is in 2011 het verbeterde protocol toegepast waarbij twee mysteryshoppers (zonder onderzoeker) de horecagelegenheid binnen gaan. Ook in de horeca wordt er procentueel beter nageleefd in Zuidoost-Brabant dan landelijk. Ook hier blijkt uit statistische analyses dat het verschil tussen SRE 2011 en het landelijk 2011 onderzoek echter niet statistisch significant is $\chi^2(1, N = 379) = 0.40, p = .53$.

In de sportkantines is een duidelijke stijging van de naleving te zien. Ook bij de sportkantines geldt dat er met het vernieuwde protocol werd gewerkt. In de eerste twee jaren dat het onderzoek werd uitgevoerd was er een naleving van 0% van de Drank- en Horecawet bij sportkantines. Inmiddels is de naleving in de sportkantines gestegen naar 15%. Dat is procentueel een betere naleving dan de landelijke naleving van 4% van de Drank- en Horecawet. Uit de statische analyse blijkt het verschil tussen SRE 2011 en het landelijke 2011 onderzoek net niet statistisch significant is $\chi^2(1, N = 138) = 3.27, p = .07$. Echter geeft dit wel een sterke indicatie dat er in de sportkantines in de regio



Zuidoost-Brabant statistisch beter wordt nageleefd dan in heel Nederland. Bij deze analyse zijn de sportkantines die geen bier verkochten wegens alcoholbeleid buiten beschouwing gelaten.



CONCLUSIES

In de conclusie zullen we de vooraf opgestelde onderzoeksvragen beantwoorden.

ONDERZOEKSVRAGEN

Middels een nalevingsonderzoek is antwoord verkregen op de volgende onderzoeksvragen.

Hoofdvraag

In hoeverre worden de in de Drank- en Horecawet genoemde leeftijdsgrenzen nageleefd in supermarkten, horeca en sportkantines in regio Zuidoost-Brabant?

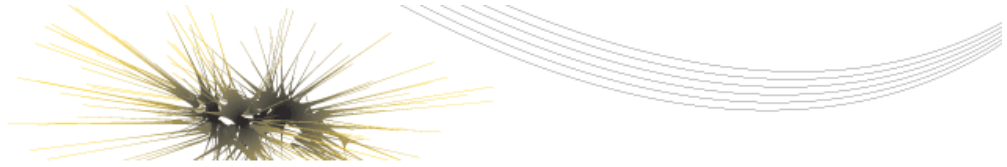
Deelvragen

- In welke mate wordt de leeftijdsgrens van 16 jaar voor de verkoop van zwakalcoholhoudende dranken nageleefd in supermarkten, horeca en sportkantines in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate stellen verkopers de leeftijd van de minderjarige klanten vast in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate leidt het vaststellen van de leeftijd tot de uiteindelijke naleving in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate verschillen de vastgestelde nalevingspercentages door de jaren heen in regio Zuidoost-Brabant?
- In welke mate verschillen de regionale nalevingscijfers van regio Zuidoost-Brabant in 2011 ten opzichte van de landelijk vastgestelde naleving in 2011⁵?

Dit onderzoek maakt duidelijk dat verkopers in de regio Zuidoost-Brabant van alcoholhoudende dranken het bepaalde in artikel 20 van de Drank- en Horecawet niet goed naleven:

- Van potentiële klanten die alcohol willen kopen - zelfs als zij duidelijk te jong zijn - wordt slechts in beperkte mate een aanzet gemaakt (vragen en bekijken van identiteitsbewijs) om de leeftijd vast te stellen.
- Alcoholhoudende drank is, de Drank- en Horecawet artikel 20 ten spijt, ruim beschikbaar. Minderjarigen hebben een slagingskans van tussen 65% tot 85% om zwakalcoholhoudende drank verkocht te krijgen.
- Het vragen naar en het bekijken van een ID bewijs is geen garantie dat vervolgens ook geen alcohol wordt verkocht.
- Er is een stijgende trend te zien in de naleving in regio Zuidoost-Brabant door de jaren heen.

⁵ Van Hoof & Krokké (2011). Alcoholverkoop aan jongeren: Een landelijk nalevingsonderzoek. Enschede: Universiteit Twente.



- De naleving in de regio Zuidoost-Brabant in 2011 verschilt niet significant van de landelijke naleving in 2011, echter blijkt uit de statistische analyse dat er wel een sterke indicatie is dat sportkantines in regio Zuidoost-Brabant de Drank- en Horecawet beter naleven dan de rest van Nederland.

De naleving van de leeftijdsgrens van 16 jaar bij de verkoop van zwakalcoholhoudende drank in supermarkten, horeca en sportkantines bedraagt respectievelijk 32%, 14% en 15%.