

DECEMBERFEESTEN, BEZINNING OF BENEVELING ?



De jaarwisseling is weer op komst. Maar eerst komen nog de donkerste dagen van het jaar, rond 21 december. Buiten is het donker en guur, dus zoeken we binnenshuis daarvoor compensatie. Daardoor zijn die donkere dagen altijd een periode geweest van huiselijke feesten en van bezinning. Bezinning op het voorbije jaar. Hoop en verwachting voor het nieuwe jaar, dat zich al aankondigt door het lengen van de dagen.

De decemberfeesten zijn in onze moderne maatschappij doelwit geworden van commerciële exploitatie. Die exploitanten proberen de periode van de feestdagen zo ver mogelijk op te rekken. In september verschenen de stroonootjes alweer in de supermarkten, even later gevolgd door de chocoladeletters. In oktober kwam het jaarlijkse reclame offensief van de alcoholbranche alweer op gang.

In het verre verleden werden de feestdagen aangegrepen om wat extra's te bakken en te koken. Dat is aanvankelijk door de leveranciers van de grondstoffen, en later door leveranciers van allerlei andere zaken aangegrepen om extra reclame voor hun product te maken. Zo zijn de afgelopen halve eeuw de decemberfeesten steeds meer in de sfeer van het consumeren getrokken. In januari draaien de vermageringskuren daardoor overuren.

De alcoholreclame laat zich in het laatste kwartaal van het jaar niet onbetuigd. De alcoholconsumptie ligt met name in december een heel stuk boven het jaargemiddelde. Zelfs mensen die het hele jaar niet of nauwelijks drinken, halen in december drank in huis. Men kan zich afvragen of zij gezwicht zijn voor de suggesties van de alcoholreclame als zou drank de gezelligheid vergroten en de feestvreugde verhogen.

De suggestieve reclame voor alcohol, overstemt het besef dat alcohol ook in staat is om gezelligheid te verstoren, om feestvreugde in ruzie te doen omslaan. Reclame probeert het kritisch denken te overstemmen. Daardoor komen mensen er toe om aankopen te doen die zij oorspronkelijk niet van plan waren. Reclame probeert ook om de feestvreugde in de materiële sfeer te trekken, als iets dat gekocht kan worden. Kortom, reclame probeert feestvreugde te versmallen tot consumptievreugde.

Alcohol werkt verdovend op het gehele menselijke organisme. Verdoving van iemands geestelijke vermogens is beneveling. Die uit zich in afname van het logisch denkvermogen en van de waarnemingscherpte. Beneveling staat daarmee lijnrecht tegenover bezinning.

Bezinning vraagt allereerst om een breed en scherp, niet door alcohol vertroebeld waarnemingsvermogen. Daardoor verkrijgt men een waarheidsgetrouw beeld van datgene waarover men zich gaat bezinnen. Vervolgens vraagt bezinning helderheid van geest om logisch redenerend tot steekhoudende conclusies te komen.

De alcoholreclame drukt het begrip bezinning zoveel mogelijk weg uit het publieke bewustzijn. Zij wil slechts de consumptie aanwakkeren. Bezinning zou ertoe kunnen leiden dat men zich gaat afvragen of men in plaats van te consumeren zou moeten consuminderen.

Alcohol verlaagt de kwaliteit van de bezinning. Wil men serieus werk maken van de eindejaarsbezinning, dan zou men deze periode juist alcoholvrij moeten doorbrengen.

Rusland doet opnieuw poging alcoholproblematiek aan te pakken

De Russische president Medvedev heeft zijn regering opdracht gegeven de alcoholproblematiek terug te dringen. Hij noemt het alcoholisme een "nationale ramp" en wil dat de alcoholconsumptie over drie jaar met een kwart is afgenomen.

Russen zijn van oudsher grote alcoholconsumenten. Alcoholgebruik is er vast verankerd in de tradities.

Volgens de statistieken consumeren de Russen per hoofd van de bevolking zo'n 18 liter pure alcohol per jaar. Daarmee staan zij aan de top van de wereldranglijst. Vermoedelijk is bovendien nergens ter wereld het verschil zo groot tussen de officiële consumptie volgens de statistieken en de werkelijke consumptie. Vooral op het platteland wordt door de bevolking veel zelf gestookte wodka, de zogenaamde "samogon" gedronken.

In de loop der geschiedenis zijn diverse pogingen gedaan om de Russische alcoholconsumptie te matigen. De laatste serieuze poging vond plaats in de jaren tachtig, onder president Michail Gorbatsjov. Hij slaagde erin om de verkoop van drank met 60 procent te verminderen. Dat heeft honderdduizenden Russen behoed voor voortijdig overlijden.

Onder Gorbatsjovs opvolger Jeltsin, zelf een groot liefhebber van drank, werd de klok weer teruggedraaid.

Jeltsin wilde geen impopulaire maatregelen nemen of handhaven.

Onder zijn bewind werd bier naar voren geschoven ter vervanging van de wodka. De consumptie van bier zou de consumptie van wodka afremmen. Dat is een grote vergissing gebleken. Bier wordt massaal gedronken door jongeren en vrouwen, groepen die voorheen heel weinig dronken. Bier is voor jongeren het opstapje geworden naar de latere consumptie van wodka.

Nu wordt voorgesteld om bier uitsluitend nog te verkopen in blikjes van 33 cl of minder, de belasting op bier te verhogen, de verkoop aan jongeren beneden de 18 intensiever tegen te gaan, alcoholadvertenties aan banden te leggen, en de illegale productie van wodka daadkrachtiger tegen te gaan. Of dit alles veel zoden aan de dijk zal zetten, menen wij te mogen betwijfelen.



EEN ROES IS EEN
VRIJWILLIGE VORM
VAN KRANKZINNIGHEID

Gebruikers onderschatten effect GHB

Ernstige ongevallen na gebruik van de zogenaamde "partydrug" GHB nemen zorgwekkend toe. Sinds 2003 is het aantal slachtoffers dat naar de afdelingen spoedeisende hulp van de ziekenhuizen komt verviervoudigd.

GHB (gamma hydroxy boterzuur) is van oorsprong een narcosemiddel. Het kan gebruikt worden om operatiepatiënten in een staat van bewusteloosheid te brengen. Het gebruik luistert nauw. Overdosering wordt snel bereikt en dan treden ademhalingsproblemen op. Bij grove overdosering kan GHB-vergiftiging tot de dood leiden. Ook kan na regelmatig gebruik verslaving optreden.

GHB staat te boek als "partydrug", het wordt vooral in het uitgaansleven gebruikt. Niet om bewusteloos te worden, maar om in een roes te geraken. Vaak worden daarbij zowel GHB als alcohol gebruikt. Tweederde van de gebruikers met problemen, komt in de weekends naar de spoedeisende hulp. Voor ruim 40 procent van hen volgt ziekenhuisopname, de helft daarvan zelfs op de afdeling Intensive Care. In 2008 kwamen zo'n 1000 slachtoffers van GHB-vergiftiging naar de spoedeisende hulp. Aldus cijfers van de stichting Consument en Veiligheid.

De gebruikers van GHB onderschatten de risico's schromelijk. Het bewusteloos raken ("out" gaan) wordt als een onschuldige bijwerking gezien. Zonder verpleegkundig toezicht is het dat echter bepaald niet. Slachtoffers kunnen stikken, ademhalingsproblemen kunnen tot hersenschade leiden, en tijdens de bewusteloosheid blijven externe risico's onopgemerkt.

NEDERLAND DRINKT VOORAL EUROPESE WIJN

In Nederland drinkt men vooral Europese wijn. Dit in tegenspraak met de opgeklopte reclameverhalen over de opkomst van de "nieuwe wijnlanden" buiten Europa. Het aandeel van die landen op de Nederlandse markt is sinds 2005 iets teruggelopen.

In het verleden werd de Nederlandse wijnmarkt volledig gedomineerd door Franse wijn. Daarnaast werd er nog wat wijn geïmporteerd uit Italië, Duitsland, Griekenland en incidenteel uit nog enkele landen.

De overheersende positie van de Franse wijn is in ons land echter al dertig jaar aan het afbrokkelen. Eerst heel geleidelijk, maar vooral de afgelopen tien jaar steeds sneller.

In het jaar 2000 was 54% van de in Nederland verkochte wijn nog afkomstig uit Frankrijk. In 2005 was dat gedaald tot 40% en in 2008 tot 31%. De importeurs van Franse wijn wijten de achteruitgang van hun omzet vooral aan de opkomst van de wijn uit de nieuwe, buiteneuropese wijnlanden (vooral uit Zuid-Afrika, Chili, Verenigde Staten en Australië). In 2005 was ruim 31% van de in Nederland gedronken wijn afkomstig van buiten Europa.

De afgelopen jaren heeft de Franse wijn in Nederland vooral terrein moeten prijsgeven aan de Duitse wijn. In 2005 leverde Duitsland krap 10% van de in Nederland geconsumeerde wijn. In 2008 was dat gestegen tot 18%. Bijna een verdubbeling. Duitse wijn staat nu in Nederland op de tweede plaats.

Op de derde plaats staat Spaanse wijn (ruim 10%) en op de vierde plaats de Italiaanse (ca 8%). De vier grootste leveranciers zijn dus goed voor 67%. Daarnaast wordt er in Nederland nog wijn geïmporteerd uit Portugal, Griekenland, Oostenrijk, Engeland (!) en Hongarije. Door dit alles is het aandeel van de buiteneuropese wijn op de Nederlandse markt tot flink beneden de 30% gezakt.

De dominante positie van Europese wijn op de Europese markt, maakt het moeilijk om een Europees alcoholmatigingsbeleid tot stand te brengen. Europa steunt zijn landbouw, en daar hoort ook de wijnbouw bij. De wijnbouwers hebben daardoor veel macht. Zij claimen voor hun product een uitzonderingspositie, willen dat maatregelen zich tegen bier en sterke drank richten. Alcoholmatiging uitsluitend voor bier en sterke drank, is voor de volksgezondheid echter zinloos.

COLOFON

De GO: tweemaandelijks voorlichtingsblad over alcohol en drugs, uitgegeven door de Stichting ANGOB. ISSN 0166-2880.

Postabonnement € 10,- per jaar.

Verantwoordelijk eindredacteur:

Dr. ir. D. Korf, Dresselhuisweg 20, 4105 DB Culemborg, tel 0345-473239, e-mail: dkorf@tiscali.nl

Administratie:

W. Matla, Hof van Delftlaan 119, 2613 BL Delft, tel. 015-2126904, giro 849 058.

Artikelen voorgaande nummers:
www.angob.nl

Kabinet wil preventieve blaas-test voor voetgangers

Het kabinet wil gemeenten de mogelijkheid geven om alcoholgebruik in risicogebieden te beperken en met blaastesten te controleren. De gemeenten kunnen dan plaatsen en tijden vaststellen waar zo'n verbod geldt. Daarmee hoopt men overlast, geweldpleging en vernieling tegen te gaan.

Veel gemeenten kennen gebieden waar op bepaalde tijden vrijwel alle overlast, agressie en vandalisme te maken heeft met fors alcoholgebruik. Zowel het uitgaand publiek als hulp- en dienstverleners ondervinden daar problemen door. Politie, brandweer en zelfs ambulancepersoneel worden belemmerd in het uitvoeren van hun taak. De gemeenten zowel als de hulp- en dienstverleners hebben daar schoon genoeg van en vragen om maatregelen.

De middenstand in dergelijke gebieden klaagt over wegblijvende klanten, met name op de koopavonden. Buurthuizen en culturele centra hebben eveneens te maken met verminderde belangstelling. De horeca, die voor een deel zelf schuldig is aan het probleem, ziet de amokmakers ook liever gaan dan komen. Kortom, er is veel publieke steun voor de aanpak van dit probleem.

Een verplichte preventieve blaas-test is tot nu toe wettelijk alleen mogelijk ter bescherming van de verkeersveiligheid. Automobilisten, motor- en bromfietrijders en fietsers kunnen verplicht worden tot het ondergaan van een onderzoek naar het alcoholgehalte in hun adem (de "blaas-test"). Ook piloten, machinisten en schippers kunnen tot zo'n blaas-test verplicht worden.

Handhaving van de openbare orde en veiligheid buiten het weg- en ander verkeer, kan tot nu toe niet ondersteund worden door een verplichte preventieve blaas-test.

Voetgangers kunnen alleen achteraf, na bijvoorbeeld deelname aan een vechtpartij, gecontroleerd worden op alcoholpromillage. Ook voor voetgangers in "kennelijke staat van dronkenschap" bestaat een dergelijke verplichting al. Het probleem daarbij is echter dat een staat van dronkenschap lang niet altijd direct opvalt op straat. Mensen kunnen al voldoende alcohol binnen hebben voor agressief of vernielzuchtig gedrag, terwijl zij nog volkomen onopvallend rechttuit lopen.

De ministers Ter Horst van Binnenlandse Zaken en Hirsch Ballin van Justitie bereiden een wijziging van de Gemeentewet voor om de gemeenten op dit terrein extra bevoegdheid te geven. Zij zullen eerstdaags een brief over hun voornemens aan de Tweede Kamer sturen.

De gemeenten hebben onlangs al diverse andere taken in het kader van de Drank- en Horecawet en de gewenste alcoholmatiging toegeschoven gekregen. Zo wordt het toezicht op de naleving van de leeftijdsgrenzen bij de verkoop van alcohol, overgehe-

veld van de VWA naar de gemeenten. Verder hebben gemeenten de mogelijkheid gekregen om bij wijze van experiment één leeftijdsgrens van 18 jaar voor alle alcohol in te voeren. Ook hebben gemeenten de bevoegdheid gekregen om prijsacties te reguleren of te verbieden. En tenslotte hebben de gemeenten de verplichting opgelegd gekregen om regels op te stellen voor de verkoop van alcohol in paracommerciële instellingen (buurthuizen, clubhuizen, sportkantines). Het wetsvoorstel met deze maatregelen is in juli 2009 aan de Tweede Kamer voorgelegd.

Het kabinet heeft naast maatregelen, ook een adhesiebetuiging uitgebracht. Namelijk voor vrijwillige blaastesten door particulieren. Te denken valt hierbij aan toegangscontroles bij schoolfeesten, bij evenementen, bij disco's en bij feesten in de (paracommerciële) horeca. Voor vrijwillige blaastesten is geen wettelijke basis nodig. Het kabinet juicht dergelijke vrijwillige blaastesten uitdrukkelijk toe.

Het nieuwe voorstel, de preventieve blaas-test ook voor voetgangers, sluit naadloos aan bij genoemde eerdere maatregelen. Naar de mening van Stichting ANGOB is van dit pakket maatregelen alleen de bevoegdheid om prijsacties te reguleren of te verbieden, een vreemde eend in de bijt. Misschien dat dit op gemeentelijk niveau uitvoerbaar is voor de aanpak van "happy hours", maar voor de aanpak van de prijsstunts voor bier (en soms wijn) door de supermarktconcerns is ons inziens een landelijke aanpak nodig. Als twee aan elkaar grenzende gemeenten hier verschillend over beslissen, ontstaat "alcoholtoerisme". Het gewenste doel, alcoholmatiging, wordt dan niet bereikt. Bovendien verstoort een verschil in beleid de concurrentieverhoudingen.

Dingeman Korf



Bij geneesmiddelen is een bijsluiter verplicht waarin gewaarschuwd wordt tegen de risico's van het gebruik. Alcohol wordt echter zonder bijsluiter verkocht.

ALCOHOL ALS PIJNSTILLER ?

Alcohol werkt verdovend op hersenen en zenuwstelsel. Niet alleen op het waarnemingsvermogen, maar ook op het pijngevoel. Toch is alcohol niet geschikt als pijnstiller, en wel om twee redenen.

In de eerste plaats werkt alcohol niet selectief verdovend op het pijngevoel, maar op de werking van de hersenen in het algemeen, en van het waarnemingsvermogen in het bijzonder. Horen, zien en reageren gaan slechter na alcoholgebruik. Vandaar dat mensen na alcoholgebruik luider gaan praten, gaan lijden aan tunnelblik en te laat (en foutief) reageren in het verkeer. Dat ook de waarneming van pijn minder intens wordt, is meer een randverschijnsel van de algehele verdovende werking van alcohol.

Op de slagvelden van de 17-de tot en met de 19-de eeuw werd sterke drank gebruikt als pijnstiller wanneer geen andere middelen voorhanden waren. Erg effectief als pijnstiller bij chirurgische ingrepen op het slagveld was alcohol echter niet. Voor gebruik als "huismiddeltje" tegen pijn vertoont alcohol veel te veel bijwerkingen.

In de tweede plaats ontregelen pijnstillers het natuurlijke antwoord van het lichaam op pijn. Wanneer de hersenen pijn signaleren, zetten zij een mechanisme in werking waardoor bepaalde stoffen worden aangemaakt die de pijn dempen. Dat zijn de zogeheten endorfinen, stoffen met een werking die enigszins lijkt op die van morfine. Wie dagelijks pijnstillers of alcohol gebruikt, signaleert minder pijn, maar gaat daardoor ook minder endorfinen produceren. Wanneer de pijnstiller of de alcohol uitgewerkt zijn, ondervindt de gebruiker de op dat tijdstip nog resterende pijn extra heviger.

Eind september organiseerde de Nijmeegse psychologe M. Jongasma, op het evenement Discovery 09 in het wetenschapscentrum Nemo, een experiment om de pijnstillende werking van twee of drie drankjes exact te meten. Bezoekers die geen alcohol gedronken hadden, en zij die twee of drie drankjes genoten hadden, werden vergeleken naar gevoeligheid voor een lichte elektrische pijnprikkel en voor ijswater. Het experiment werd breeduit aangekondigd in de Spits. Wij zijn benieuwd naar de uitkomst.

Dingeman Korf

Slijtersunie accepteert leeftijdscontrole op afstand

De Slijtersunie, de overkoepeling van de zelfstandige Nederlandse slijters, werkt mee aan een onderzoek naar leeftijdscontrole op afstand. Bij een aantal zelfstandige slijters wordt het systeem Ageviewers van het Bredase bedrijf HEM op doelmatigheid onderzocht.

Het systeem Ageviewers neemt de leeftijdscontrole over van het winkelpersoneel. De transacties worden daartoe op afstand beoordeeld in een extern controlecentrum terwijl de kassa's geblokkeerd zijn. Met behulp van een camera wordt een beeld van de koper bij de kassa naar het leeftijdscontrolecentrum in Breda verzonden. Daar beoordeelt een controleur of de koper er volwassen uitziet. Is dat het geval dan geeft de controleur de kassa vrij en kan er meteen afgerekend worden.

Als de controleur-op-afstand twijfelt aan de leeftijd van de koper, vraagt hij de klant om een leeftijdsbewijs of iden-

titeitsbewijs te tonen voor een tweede camera. Nadat hij heeft vastgesteld dat het leeftijdsbewijs overeenkomt met de koper, geeft hij de kassa alsnog vrij indien de koper boven de leeftijdsgrens zit. Zo niet, dan blijft de kassa geblokkeerd en kan de transactie niet doorgaan. Het winkelpersoneel hoeft de koper niet meer om legitimatie te vragen, en heeft geen enkele invloed op het controleproces meer.

Al dan niet bewuste "vergissingen" van het winkelpersoneel zijn bij dit systeem niet meer mogelijk. Jong kassapersoneel is daardoor niet meer vatbaar voor intimidatie. En het bevriende vijftienjarige jongetje van drie huizen verder, kan ook niet meer illegaal aan een breezertje geholpen worden.

Uit eerder onderzoek bij tabaksverkooppunten, is gebleken dat het systeem van de HEM de verkoop aan minderjarigen effectief tegengaat. Vorig jaar mei plaatsten wij in dit blad reeds

En dit...

... was een bizar ongeval door een wijnglas.

Een 42-jarige Britse vrouw zat met vrienden op een terrasje in het Zuid-Spaanse Nerja te genieten van de zon en van een glaasje wijn. Toen zij opstond om naar het toilet te gaan, struikelde zij en viel op een tafel. Een wijnglas dat daar stond brak, en de scherpe breuk doorsneed een slagader in haar oksel. De vrouw bloedde in korte tijd dood.

Wij vragen ons af of zij ook gestruikeld zou zijn als zij koffie had gedronken, en of haar slagader ook doorsneden zou zijn als er koffiekopjes op de tafel hadden gestaan

* * *

... was een dronken piloot die de landingsbaan niet kon vinden.

Een Duitse amateurpiloot van 65 jaar vloog met zijn vliegtuigje in de buurt van Schöngleina, toen hij de weg kwijt raakte. Hij kon het vliegveldje niet meer vinden. Een helikopter van de reddingsdienst kwam te hulp en loodste de piloot naar de landingsbaan.

Eenmaal op de grond, bleek de piloot flink onder de invloed van alcohol te verkeren. De politie werd ingeschakeld en die constateerde een promillage van 1,9

* * *

... was gevaar in het verkeer door een dronken wandelaar.

Een 50-jarige man uit Boxtel werd door passerende automobilisten opgemerkt toen hij op de snelweg A-59 richting 's Hertogenbosch wandelde.

Zij waarschuwden de politie.

De politie trof de wandelaar omstreeks 0.30 u. aan op de snelweg ter hoogte van Nuland. Hij liep met onvaste benen in de middenberm, maar raakte af en toe ook op de rijbaan. En hij was stomdronken.

De politie bracht de man in veiligheid voor de prijs van twee processen-verbaal

* * *

... lijkt een auto die verstandiger is dan zijn baas.

Een 49-jarige Tielenaar ging dronken rijden en knalde tegen een trottoirband. De auto vertikte het vervolgens om nog in beweging te komen.

Agenten die poolshoogte kwamen nemen constateerden dat de bestuurder naar alcohol rook en bloeddorpen ogen had. Zij namen hem mee naar het bureau. Daar bleek hij een alcoholpromillage van 1,9 te hebben.

De Tielenaar werd een proces-verbaal rijker, en een rijbewijs armer wegens zijn extreem hoge promillage

* * *

... werd een dure "afterparty" na thuiskomst van een avondje "stappen".

Een 15-jarige jongen uit Tiel was op vrijdagavond gaan stappen. Hij kwam thuis in het holst van de nacht. Toen besloot hij de auto van zijn vader te pakken om nog een eindje te gaan rijden.

Surveillerende agenten zagen hem rijden en constateerden dat de bestuurder er wel erg jong uitzag. Dus hielden zij hem staande. Bij het openen van het portier, kwam er een walm van alcohol en wiet naar buiten. Dus werd de bestuurder meegenomen naar het bureau.

Daar kreeg hij vier processen-verbaal. Een duur slotstuk van een avondje uit

een artikel over dit systeem onder de titel "Koper alcohol met webcam bekeken". Het systeem was toen in de publiciteit gekomen door een proef bij enkele C 1000 supermarkten. In de Verenigde Staten zijn vergelijkbare systemen al langer tot volle tevredenheid in gebruik. Daar moet echter iedereen een identiteitskaart tonen. Dat geeft op drukke tijden enig opont-houd bij de kassa's.

Financiële wanverhouding tussen alcoholreclame en alcoholvoorlichting

De regering geeft 2,7 miljoen uit aan landelijke projecten gericht op matiging van het alcoholgebruik. De alcoholbranche geeft 84 miljoen uit aan zichtbare reclame, en een onbekend bedrag aan sponsoring. Een wanverhouding !

De rijksoverheid financiert een drietal projecten op het gebied van alcoholvoorlichting. Aan het project "Alcohol en Opvoeding" besteedt de overheid 1,5 miljoen euro. De campagne "Drank maakt meer kapot dan je lief is" kost de overheid jaarlijks 0,7 miljoen euro. Het project "De gezonde School en Genotmiddelen" tenslotte, kan rekenen op 0,5 miljoen euro per jaar. Samen dus 2,7 miljoen euro per jaar. Daarnaast ontvangen gemeenten en GGD's een uitkering voor voorlichting over alcohol en drugs op lokaal niveau.

De alcoholbranche besteedt jaarlijks 84 miljoen aan reclame. Dat is ruim 31 maal de uitgaven voor voorlichting door de rijksoverheid ! Bijna driekwart van die 84 miljoen, om precies te zijn 60 miljoen gaat naar de TV-reclame. Tijdschriftenreclame krijgt 7,3 miljoen, buitenreclame (posters in bushokjes, lichtreclames) krijgt 6,4 miljoen, bioscoopreclame 5 miljoen en krantenadvertenties 2,8 miljoen. Radioreclame is hekkensluitend met een karige 2,5 miljoen (toch altijd nog bijna evenveel als de totale uitgaven van de rijksoverheid).

Grote onbekende bij deze financiële vergelijking, zijn de uitgaven van de alcoholbranche voor sponsoring, product plaatsing (vnl. in TV-series) en proeverijen. Vooral in de sponsoring gaat veel geld om. Sportevenementen en popconcerten worden vaak georganiseerd (bijv. de Amstel Gold Race) of met veel geld gesponsord door alcoholconcerns, in ruil voor naamvermelding als sponsor. Tal van clubs, van voetbalclubs tot studentensociëteiten, worden op wat bescheidener schaal gesponsord.

Er is hier sprake van een blijvende onevenwichtigheid tussen commerciële en preventieve uitgaven. Het zou ons inziens daarom aanbeveling verdienen de uitgaven voor de alcoholvoorlichting direct te relateren aan de consumptie. Een vast percentage van de accijnsopbrengst, bijvoorbeeld 10 procent, zou beschikbaar moeten zijn voor de voorlichting.

Dingeman Korf

Argumentatie minister Klink niet consequent

VOORLOPIG GEEN WAARSCHUWING OP ETIKET ALCOHOL

Het kabinet heeft kort vóór Prinsjesdag medegedeeld niet voornemens te zijn tot invoering van een waarschuwing op etiketten van alcoholhoudende drank. Eerst zou er bewijs moeten komen dat zo'n waarschuwing gedragsverandering bewerkstelligt. Aldus minister Klink in een brief aan de Tweede Kamer.

In december 2007 heeft de Tweede Kamer de zaak aangekaart door het aannemen van een motie. Daarin werd de regering verzocht de mogelijkheden te onderzoeken voor een waarschuwingslabel op de verpakking van alcoholhoudende dranken. De Kamer heeft dus ruim anderhalf jaar moeten wachten op een antwoord.

Hetzou de voorkeur verdienen als een waarschuwingslabel verplicht gesteld zou worden door de Europese Commissie. Discussie daarover is gaande in het Europees parlement. Europa is echter nog niet verder gekomen dan de verplichting tot vermelding van het alcoholgehalte voor alle dranken waar dit gehalte hoger dan 1,2% ligt, en de verplichte vermelding van het gehalte aan het conserveermiddel sulfiet (voornamelijk van belang voor wijn). De lidstaten mogen verdergaande besluiten uitsluitend nemen wanneer dat gerechtvaardigd is ter bescherming van de volksgezondheid.

Frankrijk heeft niet willen wachten op de uitkomst van de discussie. Het heeft al op 2 oktober 2006 een waarschuwing tegen alcoholgebruik tijdens de zwangerschap verplicht gesteld op alle verpakkingen van alcoholhoudende drank. Een waarschuwing door middel van een pictogram in de vorm van een verkeersbord (verbodsbord) met een zwangere vrouw die het glas heft.

Het parlement van Finland heeft in februari 2007 ingestemd met waarschuwingslabels op drank. De regering is daar echter nog niet toe overgegaan. In Ierland is in 2009 politieke overeenstemming bereikt over het invoeren van waarschuwingslabels.

In Duitsland en Groot-Brittannië laat men de zaak over aan zelfregulering. In Duitsland zijn op dranken van diverse producenten waarschuwingen geplaatst tegen verkeersdeelname na alcoholgebruik. In Groot-Brittannië zijn afspraken gemaakt over het plaatsen van "drinknormen" op de verpakkingen. Buiten Europa worden waarschuwingen tegen alcoholgebruik tijdens de zwangerschap in de Verenigde Staten al enkele jaren op de verpakkingen geplaatst.

Onderzoek in de Verenigde Staten heeft aangetoond dat de waarschuwing op de verpakking ervoor heeft gezorgd dat zwangere vrouwen beter op de hoogte zijn van de risico's van alcoholgebruik tijdens de zwangerschap. Een eerste evaluatie van het Franse pictogram wijst in dezelfde richting. Volvonderzoek moet nog uitwijzen of de toegenomen bewustwording ook

heeft geleid tot een daadwerkelijke afname van het alcoholgebruik door zwangeren.

Invoering van een verplichte waarschuwing alleen voor de Nederlandse markt, zou volgens het kabinet leiden tot disproportioneel hoge kosten voor de producenten. Het is daarom voorstander van een regeling op Europees niveau.

Het bedrijfsleven is tegen een waarschuwing op het etiket, en geeft de voorkeur aan een gerichte benadering van de doelgroep, via gynaecologen, verloskundigen en huisartsen. Wij vermoeden dat daarbij het argument meespeelt dat hoe smaller de gekozen doelgroep, hoe minder een breed publiek door de negatieve boodschap over alcohol beïnvloed wordt.

Minister Klink stelt dat de effectiviteit van een waarschuwing op het etiket nog aangetoond moet worden door de lopende onderzoeken in de VS en Frankrijk. In afwachting daarvan wil hij nog niet tot invoering overgaan. Ook hanteert hij het argument van de kosteneffectiviteit. Met andere woorden, wat is de goedkoopste aanpak om het doel te bereiken? Wij vrezen dat er dan weer iets van zelfregulering uit de bus komt, bijvoorbeeld folders voor verloskundigen betaald door de alcoholbranche.

Merkwaardig dat de minister het argument van de kosteneffectiviteit niet hanteerde bij het tegengaan van het alcoholgebruik door jongeren beneden de leeftijdsgrens. Toen werd gekozen voor een campagne richting ouders. Voorlichtingscampagnes zijn duur, en leiden maar zeer beperkt tot gedragsverandering. Ingrijpen door harde wettelijke, landelijk geldende maatregelen, daar wilde de regering niet aan, hoewel die bewijsbaar effectief zijn. Geen wettelijk verbod op prijsstunten met alcohol door supermarkten, geen verbod op happy hours in de horeca, geen verhoging van de leeftijdsgrens, geen verplichting tot controle op afstand bij de kassa's.

De alcoholbranche ontkomt door dit alles aan maatregelen die echt zoden aan de dijk kunnen zetten.

Dingeman Korf



DE INDIVIDUELE VRIJHEID OM ZICH KAPOT TE ZUIPEN, STAAT POLITIEK HOGER GENOTEERD DAN PREVENTIEVE BESCHERMING VAN DE ZWAKKEREN IN DE SAMENLEVING

Meer openheid over budgetten alcohol-sponsoring gewenst

De Nederlandse alcoholindustrie besteedt jaarlijks honderden miljoenen aan marketing activiteiten. Een deel is zichtbaar (TV-reclame, tijdschriftreclame), een deel verloopt in het halfluister van sponsoring. Minister Klink moet de alcoholindustrie aanzetten tot openheid over haar promotie-uitgaven. Aldus Stap in een open brief aan de minister.

Gegevens over de klassieke reclame voor alcohol, zoals die in dagbladen, weekbladen, via de ether en in bushokjes, zijn te koop bij speciale marktonderzoekbureaus. Zij zijn ook te achterhalen via de sectorverdeling van de zendtijd van de Ster, en via de sectorverdeling van de inkomsten van sommige grote reclamebureaus. Dat zijn dan gegevens voor de alcoholbranche als geheel, niet voor individuele bedrijven. Maar zij geven voldoende inzicht in de tegenkrachten tegen de overheidscampagnes voor alcoholmarketing.

De uitgaven van de alcoholsector voor sponsoring en product-plaatsing zijn veel schimmiger. Dit zijn vooral uitgaven ter vergroting van de naamsbekendheid en de populariteit van de firma. Bij sponsoring wordt geen directe reclame voor het product zelf gemaakt. Wél bij product plaatsing, je product zichtbaar laten maken in TV-series, films, enz.

Bij sponsoring gaat het vooral om sportevenementen (bijv. het Holland Heineken House bij de Olympische Spelen, de Amstel Gold Race, het Grolsch Open, enz.), om popconcerten (Heineken Music Hall), om filmweken, maar ook om kleinschaliger evenementen. Veel evenementen kunnen niet meer zonder de sponsoring door de alcoholbranche. Daardoor krijgt de branche zwaarwegende inspraak in die evenementen.

In de Verenigde Staten is de alcoholindustrie wettelijk verplicht de budgetten voor marketing te publiceren. In Australië is een dergelijke verplichting in de maak volgens Stap. Reclame draagt bij aan de acceptatie van alcoholgebruik. En hoe groter de acceptatie van alcoholgebruik, hoe groter de kans dat jongeren te vroeg beginnen met drinken. Inzicht in de sponsoring is dus nodig om het drinken door kinderen effectief tegen te kunnen gaan.

VERSLAG BEGUNSTIGERSDAG 2009 VAN STICHTING ANGOB

Zaterdag 12 september hield Stichting ANGOB haar tweede begunstigersdag. Net als vorig jaar in de kantine van alcoholvrije camping 't Spoek te Beekbergen. Het programma had dezelfde opzet. De spreker voor het middagprogramma was uiteraard een andere. Het aantal bezoekers was iets groter dan vorig jaar.

Voorzitter Dingeman Korf opende even na elven de bijeenkomst met een woord van welkom. Hij verontschuldigde zich voor het feit dat hij de dag zittend moest doorbrengen (enkele dagen eerder geopereerd aan een liesbreuk). Net als vorig jaar hadden veel begunstigers de moeite genomen om bericht van verhindering te doen. De voorzitter sprak daarvoor zijn waardering uit.

Anderhalf jaar nieuw begin

Het programma vermeldde een inleiding over het wel en wee van de Stichting gedurende het afgelopen jaar. De voorzitter had echter gekozen voor anderhalf jaar. Het jaar 2008 was namelijk het jaar van een zichtbaar nieuw begin. Het begon met een nieuw logo en met een nieuwe kop voor de GO. Op de camping begon het seizoen met een zwijnwerend hek rondom het Spoek en een wildrooster in de ingang. Ook begon 2008 met een interview (op 7 januari) van de voorzitter voor Radio Gelderland. Later in het jaar kwam de camping uitgebreid op de televisie.

In de eerste helft van 2008 was Stichting ANGOB vooral bezig met het opstellen van een (huishoudelijk) reglement en het uitwerken van de herstructurering. De structuur werd een overkoepelend bestuur met daaronder twee bestuurscommissies, één voor alcoholzaken en één voor campingzaken. De leden van het koepelbestuur zijn zoveel mogelijk verdeeld over de twee bestuurscommissies. Enkele bestuursleden hebben (nog ?) zitting in beide commissies.

Vervolgens is veel gepraat over een presentatiefolder voor de nieuwe, verenigde stichting. Contact met een mogelijke subsidieverlener, leidde uiteindelijk tot de titel "alcoholvrije leefstijl". Dit in overeenstemming met ons nieuwe briefhoofd: "Stichting ANGOB voor een alcoholvrije leefstijl". Het ontwerp is inmiddels bijna klaar.

In het derde kwartaal kwam de opbouw van het hoofdstuk "Archief GO" van de website gereed. De belangrijkste artikelen uit de GO sinds 2001, zijn nu op de website terug te vinden. In de herfst werd de website uitgebreid met pdf-bestanden van de GO's van het gehele jaar. Nu zijn recente nummers van de GO volledig op de website te vinden.

In 2009 bracht ons derde persbericht van dat jaar vermelding van onze naam in enkele krantenberichtjes. Eveneens in 2009 leverde een interview van uw voorzitter in een plaatselijk blad spontaan drie nieuwe begunstigers op. Ook via andere wegen meldt zich af en toe iemand aan. Hopelijk zal de ernst van de alcoholproblemen steeds meer

mensen ervan overtuigen dat Stichting ANGOB het waard is om gesteund te worden.

Regering pakt problemen niet aan

Na de koffiepauze besprak de voorzitter het overheidsbeleid ten aanzien van alcohol. De aanpak van de problemen door de huidige regering, wordt volgens hem vooral gemarkeerd door niet opgevolgde suggesties en niet nagekomen toezeggingen.

Zo komt er geen verbod op happy hours. Dit ondanks het feit dat de Tweede Kamer daar in een motie om gevraagd heeft. En ondanks de toezegging van de minister van volksgezondheid bij het aantreden van het huidige kabinet, dat hij er werk van ging maken. Nu verklaart diezelfde minister een dergelijk verbod niet nodig te vinden.

Verder komt er geen bepaling van het alcoholgehalte in het bloed van omgekomen bestuurders (de "post mortem" analyse). De SWOV had daar om gevraagd. De minister van verkeer verklaarde eerst daartoe te zullen overgaan, maar trok zijn toezegging later in. Inmiddels hebben de verenigingen van verkeersslachtoffers en van letseladvocaten het onderwerp opnieuw aangekaart bij de minister.

De toegezegde intensivering van de controle op de drankketen komt er niet. De VWA krijgt er onvoldoende middelen voor van de regering, en verschillende gemeenten willen er niet aan meewerken.

Er komt geen landelijk verbod op het stutten met de prijs van drank. Leden van de Tweede Kamer hadden daarop aangedrongen. De minister wil dat de gemeenten dat plaatselijk regelen. Zo wordt het beleid een lappendeken. Zo'n verbod is typisch iets waarvoor één landelijke regeling moet gelden.

Er komt geen waarschuwing tegen de risico's van het gebruik op de verpakking van drank. De Europese tak van de WHO en de Europese Commissie hebben daarop aangedrongen. Maar de minister wil niet, en vraagt eerst nader onderzoek. Doorschuiven dus naar zijn opvolger.

Alcoholgebruik en alcoholproblemen



zijn het resultaat van vraag en aanbod. Tot nu toe pakt de overheid vooral de vraagzijde van de markt aan. Harde maatregelen tegen de aanbieders komen er niet. De alcoholbranche heeft blijkbaar ongezonder veel invloed op het beleid.

Een effectieve aanpak van het alcoholprobleem, vergt een maatschappijbrede aanpak. Een aanpak dus van vraag zowel als aanbod, een aanpak van zowel de fysieke als de psychologische aspecten.

Schoolvoorlichter aan het woord

Na een uitstekend verzorgde lunch, was het woord aan Arjen Derksen, schoolvoorlichter bij Stichting Voorkom. Na het relaas vorig jaar van een (ex-)verslaafde, had het bestuur gedacht nu een verhaal van de "andere kant van de tafel" te krijgen. Maar Arjen Derksen begon met te vertellen dat hij gokverslaafd was geweest. Zijn verhaal ging echter over de inhoud van de lessen zoals hij die op scholen geeft, en de commentaren van de scholieren.

Zo'n les begint met de plaats van alcohol tussen andere drugs. Je kunt drugs in twee groepen verdelen, drugs die (vrijwel) alleen tot geestelijke verslaving leiden en drugs die daarnaast ook tot lichamelijke verslaving leiden. Die lichamelijke verslaving veroorzaakt onthoudingsverschijnselen bij afkicken. Alcohol leidt tot lichamelijke verslaving, en behoort daardoor in dezelfde groep als morfine en heroïne.

Je kunt drugs ook in drie groepen verdelen: drugs met een opwekkende werking (pepmiddelen, XTC, cocaïne), drugs met een verdovende werking (alcohol, GHB, cannabis) en drugs die tot hallucinaties leiden (LSD, paddo's). Bij deze indeling is koffie in zekere zin ook een drug (opwekkend).

Deze plaatsbepaling leidt vaak al tot veel vragen van de scholieren. Die nemen nog toe bij het vervolg, de effecten van alcohol voor je lichaam, voor je veiligheid en voor je sociaal functioneren. Daarnaast komen er vaak aangrijpende verhalen los over verslaafde ouders of een oudere broer of zus. Arjen gaf daarvan vele voorbeelden.

Na zijn verhaal beantwoordde de spreker nog diverse vragen uit de zaal. Hij kreeg na afloop een warm applaus van een dankbaar publiek. Met nog een hapje en een drankje werd deze geslaagde begunstigersdag besloten.

VERSCHIJNING G.O.

Voor het eerstkomende nummer van dit blad is 8 januari gepland als verschijningsdatum. Copij voor dat nummer in verband met de feestdagen graag uiterlijk 17 december bij de redactie.

NIEUWJAARSBIJEENKOMST

Op zondag 10 januari vindt de nieuwjaarsbijeenkomst van Stichting ANGOB plaats. De bijeenkomst vindt plaats op 't Spoek aan de Spoekweg te Beekbergen. Vanaf 13.00 uur bent u welkom voor een kopje koffie of thee en een oliebol. In de loop van de middag wordt nog kort het woord gevoerd door gastvrouw/beheerster Bea Holmer, door Wil Matla (voorzitter campingbestuur) en door Dingeman Korf (voorzitter Stichting ANGOB). Einde van de bijeenkomst omstreeks 16.30 u.



**DIMINUEZ VOTRE DOSE...
AVANT QU'ELLE NE VOUS
DIMINUE!**



**Minder uw alcohol voordat
alcohol u vermindert**

Steeds meer Britten sterven alcoholdood

Als de Britse regering niet ingrijpt, sterven de komende tien jaar bijna 91.000 Britten voortijdig door alcohol. Dat voorspellen wetenschappers van het instituut Alcohol Concern en de universiteit van West-Engeland op basis van gezamenlijk onderzoek.

De sterfte door alcohol neemt in Groot-Brittannië al een kwart eeuw alarmerend toe. In 1984 bedroeg het aantal Britse drankdoden 3.054, in 2008 was hun aantal gestegen tot 8.999. Dit betreft uitsluitend de sterfte

BEGUNSTIGERSDAG

Ook in 2010 organiseert Stichting ANGOB weer een begunstigersdag. Als voorlopige datum is zaterdag 11 september gepland. Het programma zal in grote lijnen hetzelfde zijn als dat van de goed geslaagde begunstigersdagen van 2008 en 2009. De externe spreker voor de middag is nog niet vastgesteld. Als u een suggestie heeft kunt u die tot 1 mei indienen bij de secretaris (maar liever vandaag nog, want dan is de kans groter dat hij of zij 11 september nog vrij heeft).

VEEL CAFÉ'S IN DE BUURT? MEER KANS OP ZELFMOORD

In gebieden waar veel café's gehuisvest zijn, wordt vaker zelfmoord gepleegd of een poging gedaan tot zelfmoord, dan in minder caférijke gebieden. Aldus de uitkomst van een onderzoek in de Amerikaanse staat Californië.

Het onderzoek werd uitgevoerd onder 581 postcodes in Californië. Daarbij werd nagegaan of het aantal zelfmoorden en pogingen tot zelfmoord verband hield met zaken als leeftijd, inkomen, afkomst en omgevingsfactoren. Deze laatste vastgesteld via de postcode.

Zoals verwacht kon worden, bleek er een duidelijk verband tussen zelfmoord en leeftijd te bestaan. Ouderdom bleek samen te gaan met een verhoogd aantal zelfmoorden. Ook een laag inkomen bleek samen te gaan met een relatief grotere kans op zelfmoord. Merkwaaardigerwijs vonden de onderzoekers ook een verband met de postcode. Bepaalde postcodegebieden bleken relatief meer zelfmoorden te tellen dan andere.

Het meest opvallende verschil

aan direct door alcohol veroorzaakte ziekten en kwalen. De sterfte dus aan alcoholische leveraantasting, alcoholische kanker, alcoholvergiftiging en dergelijke. De sterfte door alcoholisch geweld en alcoholische ongevallen (o.a. die in het verkeer) is hierbij nog niet opgeteld.

De onderzoekers komen tot de conclusie dat bij gelijkblijven van het huidige consumptieniveau, in de komende tien jaar 90.800 personen een voortijdige dood zullen vinden door alcoholkwalen. Het rapport spreekt van een alarmerend afgenomen terughoudendheid met betrekking tot alcoholgebruik in Groot-Brittannië, en een daardoor explosief toegenomen sterfte door aan alcohol gerelateerde ziekten.

Professor Martin Plant van genoemde universiteit, meent dat de Britse bevolking lijdt aan een chronisch drankprobleem. Hij noemt de omvang van door alcohol veroorzaakte gezondheids- en sociale problemen opmerkelijk in vergelijking met andere landen. Directeur Don Shenker van Alcohol Concern pleit voor een minimumprijs voor alcohol. De toename van de alcoholproblemen gedurende de afgelopen kwart eeuw, loopt parallel met de relatieve prijsdaling van alcohol in die periode.

tussen postcodegebieden met veel en die met weinig zelfmoorden, bleek de café-dichtheid te zijn. Veel café's in de buurt, betekende een grotere kans op zelfmoord.

Al eerder is aangetoond dat het gebruik van alcohol de kans op een depressie verhoogt. Ook staat vast dat depressies op hun beurt de kans op zelfmoord verhogen. De onderzoekers constateren dat het wonen in een alcoholrijke omgeving de kans op zelfmoord verhoogt, en doen daarom de aanbeveling het aantal café's in bepaalde woonbuurten te verminderen om depressies en zelfmoorden tegen te gaan.

Wat de onderzoekers niet hebben nagegaan, is de vraag of de zelfmoorden samenhangen met daadwerkelijk gebruik van alcohol, of alleen maar met de café-dichtheid. Anders gesteld: leidt een hogere café-dichtheid tot meer alcoholgebruik (de gelegenheid maakt de dief), of doet de overlast die de café's veroorzaken schade aan de geestelijke gezondheid van de omwonenden?

"HAPPY HOURS" SOMS 16 UUR ACHTEREEN

"Happy hours" waren oorspronkelijk de stille uurtjes waarin de caféhouder de klandizie probeerde te vergroten door drankjes met korting aan te bieden. Recent onderzoek door Stap heeft laten zien dat die "stille uurtjes" zich regelmatig over de volledige openingstijd van een bepaalde dag uitstrekken.

Een prijsverlaging voor alcohol lokt extra consumptie uit. Onderzoek in 2006 door Universiteit Twente heeft dat nog eens ten overvloede aangetoond. Van de ondervraagde jongeren die regelmatig naar de kroeg gaan, verklaarde 55% méér te gaan drinken bij kortingsacties.

Happy hours gaan dus lijnrecht in tegen het alcoholmatigingsbeleid dat de overheid pretendeert te voeren. Een motie die de regering verzoekt om happy hours te verbieden, kreeg dan ook in 2005 een meerderheid in de Tweede Kamer. Bij zijn aantreden verklaarde de huidige minister van VWS, werk te zullen gaan maken van een verbod op happy hours. Anderhalf jaar later verklaarde hij precies het tegenovergestelde.

Het recente onderzoek door Stap, heeft de omvang van het probleem in beeld gebracht. Het onderzoek werd uitgevoerd in vijf grote steden: Amsterdam, Utrecht, Eindhoven, Nijmegen en Groningen. Dat zijn alle vijf studentensteden. Mogelijk worden daar wat meer kortingsacties gehouden dan in andere steden omdat veel studenten graag drinken, maar nogal eens krap bij kas zitten.

Studentensteden zijn echter ook de steden waar door de aanwezigheid van veel jonge studenten, de schade op langere termijn die de happy hours veroorzaken, groter zal zijn. Happy hours zijn hier dan ook minder gewenst dan waar ook.

In totaal werden 261 café's tweemaal gecontroleerd. In 68 daarvan (26%) werden één of meer kortingsacties voor drank gehouden. Amsterdam scoorde het laagst (15%) en Utrecht het hoogst (38%). De overige steden scoorden dicht bij het gemiddelde van 26 procent. Gezien de geringe aantallen voor de individuele steden, kunnen genoemde percentages procenten naar boven of naar beneden afwijken wanneer alle café's in die steden onderzocht zouden worden.

Tweederde van de happy hours duurde de **volledige openstellingstijd** van de betreffende dag. Soms 16 uur achtereen. Het gaat dus allang niet meer om het aantrekken van wat extra klandizie in de stille uurtjes, maar om een structureel verschijnsel: een dag goedkoop drinken. En dat iedere week weer.

De dag goedkoop drinken in het café, is net zo structureel geworden als de week goedkoop bier in de supermarkt. Het enige verschil is dat van de café's "slechts" 26% meedoet, en van de supermarkten meer dan 90 procent.

Als het minister Klink te doen is om een effectieve aanpak van de alcoholproblematiek, zou hij moeten beginnen om prijsstunts met drank in de supermarkt te verbieden. Mogelijk stopt een deel van de café's er dan vanzelf ook mee.

FEESTVREUGDE ONTSTAAT
DOOR WISSELWERKING
TUSSEN MENSEN, NIET
TUSSEN MENS EN FLES

Aanpak veroorzakers overlast in horeca

In Utrecht hebben horeca-ondernemers een collectieve regeling getroffen om notoire overlastgevers uit hun etablissementen te weren. In april van dit jaar besloten zij de handen ineen te slaan, en inmiddels lijken de grootste problemen verleden tijd te zijn.

De initiatiefnemers schreven 70 café's, disco's en dergelijke in de stad aan. Daarvan besloten er 32 om mee te doen met een voorgestelde onderlinge regeling Collectieve Horeca-ontzegging (CHO). Een regeling opgesteld in overleg met politie en gemeente.

De eerste "veroordeelde" was op 15 mei een 23-jarige Utrechtse man.

Toename cannabisverslaving onder jongeren

Steeds meer jongeren raken verslaafd aan cannabis. Vorig jaar zijn 370 tieners wegens cannabisverslaving opgenomen in een jeugdkliniek. De verslaving lijkt zich steeds sneller te ontwikkelen.

Eind tachtiger jaren gaven de statistieken van de Nederlandse verslavingszorg al het signaal dat cannabisverslaving een reëel en toenemend probleem vormt. Toch wordt dat door veel gebruikers nog ontkend.

Tot nu toe was cannabisverslaving een probleem dat vooral op wat latere leeftijd speelde. Net als bij alcohol, krijgt zo'n tien procent van de gebruikers op den duur problemen met zijn gebruik. Cannabisverslaafden waren dan ook vooral twintigers en dertigers. De laatste jaren blijkt het probleem zich ook, en in toenemende mate onder tieners voor te doen.

Tien jaar geleden moesten jaarlijks een 60 - 70 tieners in een ziekenhuis worden opgenomen met cannabisverslaving. In 2002 lag hun aantal al boven de 90. In 2008 moesten 370 tieners met een cannabisverslaving in een kliniek worden opgenomen!

Voor de toename worden twee oorzaken genoemd. In de eerste plaats het feit dat de gebruikers op steeds jongere leeftijd beginnen met "blowen". In de tweede plaats het feit dat het gehalte aan THC in de cannabisplant de afgelopen twintig jaar verviervoudigd is.

Binnen een kort tijdsbestek had hij zich tweemaal schuldig gemaakt aan geweld in een horecagelegenheid. In beide gevallen had de politie proces-verbaal opgemaakt. Hem werd gedurende een jaar de toegang ontzegd tot de 32 op dat moment deelnemende horeca-ondernemingen.

Inmiddels lijkt de regeling effect te hebben. Dat heeft er toe geleid dat steeds meer horeca-ondernemingen zich aansluiten. Midden oktober bedroeg het aantal bedrijven dat meedoet 58, de overgrote meerderheid van de bedrijven in de stad. Het aantal "veroordelingen" was 10. De betreffende veroorzakers van overlast kregen ontzegging van de toegang over zich uitgesproken voor een periode van enkele maanden tot een jaar.

Op 20 oktober werd de elfde ontzegging uitgesproken. Een 27-jarige man uit Nieuwegein had op de vrijdagavond daarvoor in een Utrechtse café om onbekende redenen zes mensen mishandeld. Drie van de zes moesten naar het ziekenhuis om zich te laten behandelen. De vechterbaas werd voorgeleid aan de rechter-commissaris.

De Nieuwegeinse vechtersbaas kreeg een ontzegging van de toegang tot de inmiddels 58 deelnemende bedrijven voor de duur van vijf jaar. Hij was daarmee de eerste die een ontzegging van langer dan een jaar kreeg.

Nieuwjaarsbijeenkomst 2010 van Stichting ANGOB (10 januari te Beekbergen)

Op zondag 10 januari organiseert Stichting ANGOB op alcoholvrije camping 't Spoek een nieuwjaarsbijeenkomst voor begunstigers van de Stichting en vaste gasten van de camping. Het programma ziet er ongeveer zo uit als vorig jaar. Het begint met een informele ontvangst vanaf 13:00 uur met koffie of thee en een oliebol.

Vervolgens een welkomstwoord door campingbeheerster/gastvrouw Bea Holmer. Dan een kort woord door de voorzitter van het campingbestuur Wil Matla over het voorbije en het komende seizoen. Tot besluit een kort woord door voorzitter Dingeman Korf van de Stichting, over de vermeldenswaardige punten op alcoholgebied van het afgelopen jaar en de aandachtspunten van ons voor het komende jaar.