

# OVERHEID AAN HET LIJNTJE GEHOUDEN DOOR ALCOHOLBRANCHE

Alcohol heeft de afgelopen zestig jaar ons land veroverd. Het hoofdelijk alcoholgebruik is van 1955 tot 1985 met 300 procent gestegen. De sinds 1986 gevoerde matigingsacties hebben daar met veel moeite slechts enkele procenten vanaf weten te krijgen. Drank is sinds de zeventiger jaren bijna letterlijk op elke straathoek verkrijgbaar. Reclame voor alcohol zien wij op de beeldbuis, in de pers en in het straatbeeld. Kortom, alcohol is letterlijk overal.

Door dit alles is alcohol "gewoon" geworden, een alledaagse zaak. Publiek en politici weten niet beter of alcohol is een dagelijkse begeleider in ons leven. De gedachte dat het heel vaak ook zonder alcohol kan, dat het onder diverse omstandigheden zelfs beter zou zijn om het zonder alcohol te doen, is uit het publieke bewustzijn verdrongen.

Het "gewoon" zijn van alcohol wordt ons door de alcoholreclame dagelijks voorgehouden. Alcohol als onontbeerlijke begeleider als er wat te vieren valt, van het slagen voor een opleiding tot het vieren van een jubileum. Maar ook als welverdiend slokje in meer alledaagse situaties. Het daardoor opgeroepen beeld is echter misleidend. De keerzijde van alcohol wordt niet getoond. Om het publieke beeld van alcohol realistischer te maken, ligt het dus voor de hand om in te grijpen in de reclame.

In de beleidsnota "Alcohol en Samenleving" van 1986 wordt ter vermindering van de problemen dan ook mede een aanpak van de reclame voorgesteld. Enerzijds een inhoudelijke aanpak, anderzijds ook een totaalverbod op de meest indringende vorm van die reclame, namelijk die via de ether. Het parlement gaf die mogelijkheid echter uit handen. Bij monde van de motie Janmaat-Abee kreeg de alcoholbranche de mogelijkheid om door middel van zelfregulering zijn bijdrage aan de gewenste alcoholmatiging te leveren.

De toename van de alcoholconsumptie vóór 1985, had de alcoholbranche aan economisch gewicht doen winnen. Dat versterkte de invloed van de branche op de Tweede Kamer. Door het noemen van toenemende werkloosheid of omzetverlies (= verlies aan accijnsinkomsten) wist de branche enkele malen door haar ongewenste maatregelen te voorkomen.

Bij herhaling betoogde de branche graag met de overheid te willen samenwerken bij het bestrijden van uitwassen. Maar in de praktijk bleek die samenwerking alleen bereikbaar in kleine zaken.

Rond het jaar 2000 constateerde minister Borst dat de zelfregulering geen enkele aantoonbare bijdrage aan het matigingsbeleid had geleverd. De alcoholbranche reageerde met te ontkennen dat de zelfregulering bedoeld was voor matiging. Wel ging men de vrijwillige code voor de alcoholreclame herzien.

Ook de herziene code bleek in de praktijk echter slechts gericht op kwaliteitsverbetering van de reclame. Kwaliteitsverbetering van de alcoholreclame betekent meer effect van de reclame. Meer effect betekent meer consumptie. Niet minder. Met de zelfregulering had men dus een paard van Troje binnengehaald.

De aanpak van de alcoholproblematiek door de overheid is desondanks nog vaak die van de fluwelen handschoen. Zeer recentelijk nog gedemonstreerd door het niet optreden tegen AH en CBL (zie pagina 3).



## Zwakt resveratrol het gezonde effect van bewegen af ?

Aan resveratrol wordt al decennialang een positiefffect op de gezondheid toegeschreven. Het zou de stofwisseling verbeteren, hart en bloedvaten versterken en het geheim achter het gezonde mediterrane dieet zijn.

Op de gunstige effecten van resveratrol wordt de laatste tijd wel wat afgedongen. Zo kwam een team van wetenschappelijke onderzoekers onder prof. R. Semba, begin vorig jaar tot de conclusie dat resveratrol geen effect had op de overlijdensleeftijd of op het voorkomen van dodelijke ziekten (wij schreven daarover juli vorig jaar).

Resveratrol komt vooral voor in de schil van blauwe druiven. De stof behoort tot de groep van de flavonoiden, stoffen waarmee planten zich verdedigen tegen schimmelinfecties. De goede reputatie van resveratrol is door de wijnlobby misbruikt om rode wijn aan te bevelen als gezondheidsbevorderend.

Farmaceutische bedrijven hebben voedingssupplementen ontwikkeld op basis van resveratrol. Toen enkele van die bedrijven claimden dat hun voedingssupplementen de gunstige effecten van bewegen zouden versterken, besloot een groep Canadese wetenschappers van de universiteit van Kingston die claim eens kritisch te onderzoeken.

Zij verdeelden een groep vrijwilligers in tweeën. De ene groep van zestien sportte met het supplement, en de andere groep met een placebo (nepmiddel). Tegen de verwachting in bleek de placebogroep aan het eind van het onderzoek fitter te zijn dan de resveratrolgroep. Gezien het geringe aantal deelnemers aan het experiment, vallen er geen harde conclusies uit te trekken. Maar voornamelijk heeft het er de schijn van dat resveratrol het gunstige effect van bewegen juist verzwakt in plaats van versterkt.

## SELINCRO AANBEVOLEN VOOR BEHANDELING ALCOHOLVERSLAVING

Het National Institute for Health and Care Excellence (NICE) heeft onlangs een aanbeveling gedaan voor het gebruik van het middel nalmefeen (publieksnaam Selincro) bij de behandeling van alcoholafhankelijkheid. Het NICE is zoals de naam al zegt, een instituut dat zich richt op kwaliteitsverbetering in de gezondheidszorg. Een aanbeveling door het NICE betekent dus concurrentievoordeel voor de producent.

Nalmefeen (Engels : nalmefene) zou volgens het persbericht van NICE het eerste middel zijn dat de behoefte aan alcohol vermindert. Hetzelfde werd echter in 1988-1989 ook beweerd bij de lancering van Campral (acamprosaat) door de producent daarvan. Inmiddels is uit langlopend onderzoek gebleken dat slechts één op de vijf alcoholisten (20%) blijvend baat heeft bij het gebruik van Campral. Vandaar dat de Deense producent van Selincro (Lundbeck) en zijn Amerikaanse agent nu proberen aan de andere vier alcoholisten (80%) Selincro te slijten. De aanbeveling door het NICE is een goed startpunt om de voordelen van Selincro breed uit te meten.

De aanbeveling door het NICE is gebaseerd op een drietal onderzoeken, waarbij in totaal ruim 2000 proefpersonen betrokken waren. Na één maand hadden de proefpersonen hun alcoholgebruik gemiddeld met 40 procent verminderd. Na zes maanden werd een reductie van hun consumptie met 60 procent bereikt. Nalmefeen werkt als een motivatie versterker. Om effectief te zijn, moet er dus al enige motivatie aanwezig zijn. Vandaar dat naast het innemen van nalmefeen ook psychotherapie nodig is. Nalmefeen "dwingt" niet tot totale onthouding van alcohol.

### Toepassing

Nalmefeen wordt specifiek voorgeschreven voor vermindering van de alcoholconsumptie bij patiënten met afhankelijkheid van alcohol. Het mag

alleen worden voorgeschreven in combinatie met psychosociale ondersteuning, gericht op therapietrouw en vermindering van de alcoholconsumptie. Het middel is farmacologisch gezien een opiumantagonist. Het grijpt daardoor in bij het motivatiesysteem in de hersenen. Het gaat de ontregeling van het motivatiesysteem door verslaving tegen, en vermindert daardoor de kans op uit de hand lopen van de consumptie.

Nalmefeen werkt snel. Een half uur na inname begint de werking al, en na twee uur is de werking optimaal. Daardoor is het product bij uitstek geschikt voor toepassing in de huisartsenpraktijk. Het kan door de patiënt nog worden ingenomen op het moment dat die de zucht naar alcohol voelt opkomen. Of preventief, voorafgaand aan een avondje uit. Ideaal dus voor patiënten bij wie de alcoholconsumptie incidenteel uit de hand loopt, maar die nog niet zo verslaafd zijn dat zij iedere dag met alcohol willen beginnen en willen beëindigen.

Door tijdig te beginnen met psychotherapie en het gebruik van nalmefeen, kan voorkomen worden dat de patiënt zover afzakt dat hij in een ontwenningskliniek moet worden opgenomen. Het effect van de combinatie is significant groter dan van uitsluitend psychotherapie of psychotherapie plus een placebo.

Op 22 augustus 2013 maakte het College voor Zorgverzekeringen bekend dat het de minister van Volksgezondheid positief geadviseerd had over vergoeding van nalmefeen uit de basisverzekering. Daarmee zijn er nu drie vergelijkbare middelen voor de behandeling van alcoholverslaafden op de Nederlandse markt : nalmefeen, acamprosaat en baclofeen. Wie bij het ene middel geen baat vindt, kan nog twee andere proberen. Verder loopt er nog een toelatingsprocedure voor gabapentin.

Dingeman Korf

## VERVALSTE XTC-PILLEN LEVENSGEVAARLIJK

Afgelopen december doken er ineens zogenaamde XTC-pillen op die geen XTC maar een ander roesmiddel bevatten. In "echte" XTC-pillen zit als werkzame stof MDMA, in de vervalste is die geheel of gedeeltelijk vervangen door PMMA. Beide stoffen zijn afgeleiden van methamfetamine, vandaar de letters MA aan het eind van de afkorting. Het zijn dus beide pepmiddelen.

De werking van deze pepmiddelen verschilt nogal. Wie gewend is aan de werking van MDMA kan na het innemen van een pil PMMA gemakkelijk denken dat hij een pil heeft geslikt waar bijzonder weinig actieve stof in zit. Hij krijgt nog geen roes. Dat kan er toe

leiden dat hij er nog een tweede, of zelfs een derde pil achteraan neemt. Het effect van PMMA treedt zeer langzaam in.

Na het innemen van twee of drie pillen kan er sprake zijn van een overdosis. Uren na het innemen kunnen dan ernstige klachten optreden als versnelde en onregelmatige hartslag, sterk verhoogde lichaamstemperatuur, misselijkheid, stuipen of een hartaanval. Bij ernstige overdosering kan PMMA dodelijk zijn. De reden voor bijmenging van PMMA of zelfs totale vervanging van MDMA door PMMA is een prijkwedstie, PMMA is goedkoper.



### 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@telfort.nl **Administratie:** W. Matla, Hof van Delftlaan 119, 2613 BL Delft, tel. 015-2126904, giro NL81 INGB 0000 849058. **Artikelen voorgaande nummers:** www.angob.nl

# Discussie over handhaving leeftijdsgrens gaat door **COMMERCIE MAATGEVEND OF VOLKSGEZONDHEID ?**

Met de uitspraak van de rechter dat het Albert Heijn vrij staat om in zijn winkelketen de leeftijdscontrole uniform te regelen, is het laatste woord in deze kwestie nog lang niet gesproken. Dat hiermee de effectiviteit van de Drank- en Horecawet ondermijnd wordt, is ook tot sommige politieke partijen doorgedrongen. Zij hebben een motie ingediend. Inmiddels is die helaas verworpen.

Op 11 september deed de rechter uitspraak in de zaak van franchise-nemer Pollemans tegen moederbedrijf Albert Heijn. Pollemans wilde het meest effectieve systeem voor leeftijdscontrole, te weten het systeem Ageviewers, in zijn winkel installeren maar Albert Heijn had dat verboden. Reden voor Pollemans om Albert Heijn voor de rechter te dagen teneinde toch Ageviewers te kunnen installeren. Helaas voor Pollemans, de rechter gaf Albert Heijn gelijk.

Op diverse plaatsen werd de uitspraak van de rechter becommentarieerd. Daarbij kwamen interessante feiten aan het licht. Zo zou anderhalf jaar eerder al gebleken zijn dat zo'n **zeventig** AH-franchisenemers het systeem in hun supermarkt willen laten installeren. Zij willen het meest effectieve systeem, om niet de kans te lopen een forse boete te krijgen, en om hun

caissières te beveiligen tegen dreiging met geweld of pogingen tot omkoping. In andere commentaren werd gesteld dat de rechter in feite toestemming had gegeven om de effectiviteit van de wet te ondermijnen, respectievelijk dat de rechter bedrijfseconomische en bedrijfsorganisatorische argumenten meer gewicht had toegekend dan de argumenten van de volksgezondheid.

Omdat de naam van het CBL in negatieve zin genoemd was, gaf het CBL op 6 oktober een persbericht uit. Daarin ontkende men dat het CBL bepaalde controlesystemen zou willen uitsluiten. Het zou de leden van het CBL volledig vrijstaan om te bepalen op welke wijze zij invulling geven aan de leeftijdscontrole bij de verkoop van alcohol en tabak.

Wat het CBL niet vermeldde was het feit dat zij al sinds 2012 een eigen systeem heeft, de ID-swiper. Een lees-apparaatje dat uit de geboortedatum op de identiteitskaart, de leeftijd van de betreffende persoon berekent. Een proef daarmee in de regio Nijmegen heeft echter uitgewezen dat dit nauwelijks beter werkt dan de leeftijd door de caissière te laten berekenen uit de ID-kaart.

Het al dan niet controleren van de

leeftijd blijft ook hiermee een subjectieve zaak, en daardoor vatbaar voor ontduiking door vriendjespolitiek of intimidatie. Wij constateerden maart 2012 reeds in dit blad : "Wij kunnen dan ook niet anders concluderen dan dat het CBL de illegale alcoholverkoop een zo breed mogelijke sluiproute wil bieden, teneinde omzet en winst zoveel mogelijk in stand te houden".

Begin december vorig jaar hebben Joël Voordewind (CU) en Renske Leijten (SP) in de Kamer vragen gesteld aan staatssecretaris Van Rijn over leeftijdsverificatiesystemen. De eerste vraag luidde : "Bent u bekend met het feit dat het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) al vanaf 2012 aanstuurt op de inzet van ID-scanners bij de verkoop van alcoholhoudende dranken ?". Op 14 januari jl. antwoordde de staatssecretaris hierop kortweg met "nee". De vraag is nu : liegt hij bewust of is hij door zijn ambtenaren niet op de hoogte gesteld ? De ID-swiper is enkele malen ter sprake geweest in bijeenkomsten op het ministerie waarbij de hoogste ambtenaren (o.a. de directeur-generaal) aanwezig waren. De staatssecretaris zou door hen toch op de hoogte gesteld moeten zijn.

Op 25 januari dienden Renske Leijten (SP) en Carla Dik-Faber (CU) een amendement in om een bewezen effectief controlesysteem bij leeftijdscontrole verplicht te stellen. Op 27 januari kwam dit in stemming. De regeringsfracties waren tegen, en drie oppositiepartijen (CDA, D-66 en PVV) eveneens.

Inmiddels is een nieuw hoofdstuk begonnen van de "ever continuing story" over de handhaving van de leeftijdsgrenzen. De vaste kamercommissie VWS heeft opheldering gevraagd over de positie van Bureau Nuchter. Dit bureau heeft opdracht gekregen van VWS om onderzoek te doen naar de naleving van de leeftijds-grenzen. Het recente rapport daarover van Universiteit Twente is voor het ministerie blijkbaar niet voldoende.

Nu is het Bureau Nuchter betrokken geweest bij de ontwikkeling en marketing van de ID-swiper. Ook is het bureau het vaste onderzoeksbureau van het CBL, en kreeg het van het CBL onlangs opdracht tot het doen van een mystery-shoponderzoek. Kan het bureau gezien deze relaties, wel geacht worden voldoende objectief te zijn ? Of spelen VWS en CBL onder één hoedje ?

Dingeman Korf



## **NEDERLAND SUBSIDIEERT ETHIOPISCH BROUWGERST VOOR HEINEKEN**

**Nederland verleent subsidie voor programma's die Ethiopische boeren instrueren hoe zij brouwergerst moeten verbouwen die voldoet aan de eisen van moderne brouwerijen. De grootste brouwerij van het land is van Heineken. Indirect subsidieert Nederland dus Heineken.**

Het subsidiegeld gaat onder andere naar ontwikkelingsorganisatie ICCO en kennisinstituut Alterra van de universiteit van Wageningen. Die organiseren op verschillende Ethiopische locaties instructies voor de boeren hoe zij kwalitatief goede brouwergerst kunnen verbouwen. En daar profiteert uiteindelijk Heineken weer van.

Momenteel produceren zo'n 6.000 Ethiopische boeren brouwergerst voor Heineken. De overheid wil dat aantal uitbreiden tot 20.000 boeren, want concurrent Bavaria is bezig een nog grotere brouwerij te bouwen. En enige overcapaciteit ten behoeve van kleine lokale brouwers is ook welkom.

Bijzonder wrang is het hierbij te bedenken dat naar schatting 10 miljoen Ethiopiërs honger lijden ten gevolge van misoogsten in bepaalde delen van het land. Die situatie wekt herinneringen aan de uitroeiing van Indianenstammen in Noord-Amerika met behulp van "vuurwater" in de negentiende eeuw. Toen was sterke drank de boosdoener, nu bier.

Het Nederlandse ministerie van Ontwikkelingssamenwerking verklaart dat de samenwerking van ICCO en Alterra met Heineken naadloos past in het kabinetsbeleid waarin handel en ontwikkelingshulp zoveel mogelijk samenvallen. Over volksgezondheid en maatschappelijke ontwrichting geen woord. Dat op die gebieden de ontwikkelingssamenwerking dreigt te onttaarden in afbraaksamenwerking, komt helemaal niet op bij die instanties.

# MEDIQ ZOEKT VERKEERDE SAMENWERKING

Op de website van online-apotheek Mediq verscheen begin dit jaar een ons inziens wel heel misplaatste oproep. Namelijk om mee te denken over voorlichtingsmateriaal rond alcohol en diabetes van het Kennisinstituut Bier. Voorlichting met een verdacht kleurtje, want gegeven door een propagandist van het consumeren van bier.

Het Kennisinstituut Bier is februari 2009 opgericht door de samenwerkende Nederlandse brouwerijen. Het instituut pretendeert te zijn *het wetenschappelijke instituut op het gebied van verantwoorde bierconsumptie in relatie tot gezondheid*. Het instituut wordt gefinancierd door de brouwerijen. In het vijfkoppige bestuur zitten twee vertegenwoordigers van "Nederlandse Brouwers" zoals het vroegere CBK nu heet. Om een indruk van objectiviteit te maken, zitten daarnaast drie hoogleraren in het bestuur, waarvan er twee in het buitenland wonen en werken.

Het Kennisinstituut Bier is momenteel bezig met het ontwikkelen van voorlichtingsmateriaal over de combinatie van bier en diabetes. Doel daarvan is een antwoord te geven op de vraag hoe mensen met diabetes "verantwoord" bier kunnen blijven drinken.

Wie kennis neemt van eerdere publicaties van het kennisinstituut, ziet dat daarin positieve effecten van bierconsumptie enorm worden opgeblazen, en negatieve effecten worden gebagatelliseerd. Zo probeert het instituut al vanaf het begin de dikmakende werking van bier te verdoezelen. Men stelt dat bier,

wijn en sterke drank allemaal rond de 100 kilocalorieën per glas bevatten.

Als dat waar zou zijn, zou het begrip bierbuik nooit in de wereld gekomen zijn. Het is echter helemaal niet waar. Het laagste aantal kcal krijgt men logischerwijs binnen met alcoholvrij bier: ongeveer 55 kcal. Pils levert ongeveer 110 kcal per glas, en sommige sterke bieren tot wel 160 kcal. Alcoholhoudend bier levert daarmee duidelijk meer kilocalorieën dan sterke drank (jenever bijvoorbeeld 70 kcal). Droge wijn levert minder kilocalorieën dan pils en zoete wijn minder dan sterk bier.

De voorzitter van het bestuur, prof. dr. F.Kok, hoogleraar te Wageningen, ontkent eveneens de dikmakende werking van bier met zijn uitspraak: *"Je wordt niet dik van bier, wel van de snacks die je erbij eet"*.

Wij zijn van mening dat apotheken zich dienen te onthouden van samenwerking met organisaties die commerciële belangen behartigen. Voorlichting over alcohol en diabetes dient gegeven te worden door het ministerie van VWS, door organisaties van artsen of apothekers, of door onafhankelijke instituten. Niet door commercieel belanghebbenden.

Dingeman Korf

# ALCOHOLVERGIFTIGING ONVERMINDERD GROOT PROBLEEM

**Afgelopen zomer verschenen er diverse geruststellende berichten over de alcoholproblematiek in ons land. Een paar maanden later verscheen een persbericht van Veiligheid.NL waaruit bleek dat het beeld dat daardoor werd opgeroepen vals was.**

Wij zagen krantenkoppen als "Minder alcohol gedronken in 2013", "In 2013 minder cliënten naar de verslavingszorg" en "In 2013 minder drankrijders betrapt". Die hebben bij het publiek de indruk gewekt dat de alcoholproblemen in onze samenleving flink aan het krimpen waren. Niets is echter minder waar!

Veiligheid.NL meldt voor 2013 het ook al eerder genoemde aantal van 3200 jongeren beneden de leeftijd van 25 jaar met een alcoholvergiftiging. Dat waren degenen die in dat jaar wegens alcoholvergiftiging behandeld werden op de afdelingen voor spoedeisende hulp (SEH-afdelingen) van de Nederlandse ziekenhuizen. Hoeveel er door huisartsen behandeld werden, en hoeveel het thuis konden uitzieken, is onbekend. Het aantal van 3200 is dus een minimum, en verschilt nauwelijks van dat van 2012.

In 2014 was de minimumleeftijd voor bier en wijn voor het eerst verhoogd naar 18 jaar. Interessanter is het dus

om te kijken naar het aantal alcoholvergiftigingen beneden de 18 jaar. Evenals het totale aantal beneden de 25 jaar, was ook het aantal beneden de 18 jaar vrijwel onveranderd, namelijk 706 in 2012 en 713 in 2013. Als de verhoging van de leeftijdsgrens effect heeft, zal dat aantal in de loop van de komende jaren geleidelijk moeten gaan afnemen.

Binnen deze leeftijdsklasse is de laatste jaren wel al een verschuiving te zien. Het toch al kleine aantal 12- en 13-jarigen is verder afgenomen, evenals het grotere aantal van 14-jarigen. In overeenstemming daarmee is de gemiddelde leeftijd met drie maanden gestegen. Ook het aantal opgenomen jongeren van 18 tot en met 24 jaar, bleef van 2012 naar 2013 nagenoeg onveranderd.

Conclusie: gemeten aan het aantal vergiftigingen is de alcoholproblematiek in ons land onverminderd groot gebleven. Wij wachten in spanning de aantallen van 2014 en 2015 af.



## Elektronische sigaret ook verslavend

**Bij het roken van een sigaret met tabak krijgt een mens diverse stoffen binnen die schadelijk voor de gezondheid zijn. De twee belangrijkste zijn teer en nicotine. Teer is de voornaamste oorzaak van longkanker. Nicotine werkt verslavend en is slecht voor het hart.**

Toen de tabaksconcerns in de gaten kregen dat de relatie tussen roken en longkanker niet langer te ontkennen viel, is men een vervangend product gaan ontwikkelen voor de sigaret met tabak.

Daarmee hoopte men zijn klanten te kunnen behouden. Dat product werd de elektronische (beter gezegd elektrische) sigaret. Hierin vindt geen verbranding plaats, alleen verdamping. Er wordt dus geen teer gevormd, en dus ook geen aanleiding tot longkanker gegeven.

In de E-sigaret wordt met behulp van een elektrisch verwarmingselement nicotine of een nicotine-achtige stof verdampt. Die damp ademt men in, zodat men de effecten van nicotine of de vervangende stof ondervindt. Dat zijn voor een deel effecten die als positief ervaren worden: versnelde hartslag en verhoogde bloeddruk. Dat leidt tot betere doorbloeding van de hersenen, met als gevolg dat men beter kan nadenken en minder slaperig wordt.

Wat men bij reclame voor de elektrische sigaret vergeet de vermelden, is het feit dat die sigaret net zo verslavend is als een gewone sigaret. En ook dat de versnelde hartslag versnelde slijtage van het hart betekent. Daarnaast bevordert nicotine ook nog aderverkalking.

De tabaksindustrie heeft met de E-sigaret opnieuw voor het verkeerde product gekozen!





## Stadsbestuur Berlijn gaat nachtverkoop alcohol verbieden

In geen enkele grote Westeuropese stad zie je 's nachts zoveel dronken personen als in Berlijn. In de meeste andere steden is drinken op straat simpelweg verboden. Soms is ook de verkoop van drank 's nachts sterk ingeperkt. Maar Berlijn heeft het altijd als een vorm van tolerant bestuur gezien om op dit terrein niet in te grijpen.

Het stadsbestuur is nu de overlast echter zat, en wil het aantal zwaar beschonken personen in het nachtelijk stadsbeeld terugdringen. Het heeft een plan gelanceerd om de verkoop van drank tussen tien uur 's avonds en vijf uur 's ochtends te verbieden. Dat zal een zware klap voor de nachtwinkels zijn, want pils is hun meest verkochte product. En de zwervers die 's morgens de flessen verzamelen voor het statiegeld, zullen ook inkomsten kwijt raken.

Het stadsbestuur heeft niet alleen bestrijding van overlast (en van vervuiling) op het oog, maar denkt met de maatregel ook een bijdrage te leveren aan het terugdringen van het voortwoekerend jeugd-alcoholisme.

# Alcohol mag niet vrijgesteld van etiketteringsregels FOODWATCH WIL BETROUWBARE ETIKETTERING

Foodwatch is een organisatie voor consumentenbescherming. Zij zet zich in voor gezonder consumeren en tegen misleidende marketing. Onlangs presenteerde de organisatie een 15-puntenplan voor betrouwbare etikettering. Onderdeel daarvan opheffing van de uitzonderingspositie voor alcohol.

Foodwatch is in 2002 in Berlijn opgericht door een voormalig directeur van Greenpeace. De organisatie is tot nu toe actief in Duitsland, Frankrijk en Nederland. Zij wil een einde maken aan voedsel fraude, onveilig voedsel, misleidende claims en misleidende etikettering.

De organisatie constateert dat voedselproducenten de consument dikwijls bewust misleiden. Vaak met teksten die officieel zijn toegestaan. Meestal is die situatie historisch zo gegroeid. De Europese Gemeenschap heeft al jaren geleden het onderwerp "informatieve etikettering" op de agenda gezet. Sindsdien is er een aantal regels opgesteld waar de marketing van voedings- en genotmiddelen aan moet voldoen.

Echter, regels opstellen is één ding, ze naleven is vers twee. De overheid is vaak te laks met het afdwingen van naleving. Daarnaast dekken de

bestaande regels nog lang niet het hele veld van de voedselveiligheid af. Daarom is Foodwatch met een 15-puntenplan gekomen voor betrouwbare etikettering. Punt één moet zijn: **informatie gaat vóór reclame**. De belangrijkste productinformatie moet op de voorkant van de verpakking staan, in grote letters en in begrijpelijke taal.

Alle productinformatie moet duidelijk leesbaar zijn, ook voor oudere of slechtziende consumenten. De huidige minimaal vereiste lettergrootte van 0,9 millimeter moet verhoogd worden naar 2 millimeter. Afbeeldingen moeten realistisch zijn en de tekst moet het gehalte van aangeprezen ingrediënten vermelden. Bijvoorbeeld op de verpakking van vruchtenyoghurt moet staan welke vruchten en hoeveel daarvan. Ook moet het land van herkomst vermeld worden, evenals toevoegingen (bijv. aroma's).

Bij dierlijke producten en ingrediënten dient de herkomst en productiemethode traceerbaar te zijn. Hebben bijvoorbeeld kippen genetisch gemoedificeerde mais gegeten, dan dient dit vermeld te worden. "Verkopen van lucht" moet verboden worden, verpakkingen dienen voor minstens 70 procent van het volume gevuld te zijn.

Interessant is het feit dat Foodwatch stelt dat het **alcoholpercentage** van dranken, bonbons, enzovoorts altijd op het etiket vermeld moet staan. In de Europese etiketteringsregels die in 2011 waren aangenomen, was door de alcohollobby een vrijstelling voor alcoholhoudende dranken bedongen. In Nederland werden de Europese etiketteringsregels begin vorig jaar van kracht, inclusief de uitzonderingspositie voor alcohol.

Foodwatch stelt zich dus op hetzelfde standpunt als de RSPH waarover wij in november schreven in dit blad. De Britse Europarlementariër Glenis Willmott heeft in het Europees Parlement een voorstel ingediend om de uitzonderingspositie voor alcohol te beëindigen.

Als laatste vraagt Foodwatch tenslotte een totaalverbod op gezondheidsclaims op de verpakking. Sinds 2012 heeft de EU van de 4.000 voorgestelde claims er slechts 222 goedgekeurd. Met andere woorden 95% is afgewezen. Voedsel is geen medicijn. Claims dat het wel zo zou zijn, kunnen leiden tot een onevenwichtig voedingspatroon. Gezondheid is het meest gebaat bij een evenwichtig en gevarieerd voedingspatroon.

Dingeman Korf

## Pil tegen kater kan niet bestaan

### WEER IETS BEDACHT TEGEN DE KATER

Voor degenen die regelmatig gaan stappen is het een bekend verschijnsel: de volgende ochtend een kater. Men voelt zich lamlendig, is vaak misselijk of heeft hevige hoofdpijn. Met het nieuwe drankje Reset zou aan die ellende een eind gemaakt kunnen worden.

Een kater is een complex verschijnsel. Een "pil" tegen de kater is dan ook tot op heden niet uitgevonden. Sterker nog, het is onwaarschijnlijk dat die ooit uitgevonden zal worden. Het enige wat er tegen te doen valt is minder drinken.

De hoofdpijn die bij de kater hoort, valt op zichzelf wel gedeeltelijk te verminderen met aspirine of paracetamol. Maar het lamlendige gevoel of de misselijkheid gaan er niet van over. De afbraak van alcohol in de lever verloopt vrij langzaam. De volgende ochtend zit er vaak nog alcohol in het bloed, en zeker het belangrijkste afbraakproduct van alcohol: acetaldehyde. Beide voor zowel de hersenen als voor de lever giftige producten. Een kater is voor een deel simpelweg een vergiftigingsverschijnsel. Maar er is meer.

Alcohol werkt vochtafdrijvend, hij zet de nieren aan om meer urine te produceren. Daardoor droogt het lichaam uit. Die relatieve verdroging strekt zich ook uit tot de hersenen, en dat geeft hoofdpijn die met een pilletje nooit volledig te verdrijven valt. Het enige wat helpt is na ieder glas drank een minstens even grote hoeveelheid water

drinken voordat men begint aan een volgend glas drank.

Naast uitdrogingshoofdpijn omvat een kater ook nog sulfiethoofdpijn. Met name in wijn wordt sulfiet gebruikt als conserveermiddel. Stopt men bij het bottelen teveel sulfiet in de drank, dan krijgt men de beruchte "chateau migraine".

Een kater wordt verder verergerd door te drinken in een rokerige of lawaaïge omgeving. Voor een deel is een kater daarnaast dus een vermoeidheidsverschijnsel. Dat draagt bij aan het gevoel van lamlendigheid.

Van het nieuwe drankje Reset wordt beweerd dat het de afbraak van acetaldehyde in de lever versnelt. Zolang er nog alcohol in het bloed aanwezig is, wordt er echter continu acetaldehyde nageleverd. Uitsluitend de acetaldehyde aanpakken, is bovendien gezien het voorgaande onvoldoende om de kater te verdrijven. Reset pakt de uitdrogingshoofdpijn, de sulfiethoofdpijn, en de lamlendigheid niet of onvoldoende aan. Het enige wat echt helpt tegen een kater is minder of niet te drinken!

## MILJARDEN EURO'S VOOR BIERRECLAME

Heineken boekte in 2014 een omzet van 21,2 miljard euro. Dat betekende een toename van bijna 16 procent. De winst bedroeg 1,76 miljard euro, een toename van 11 procent ten opzichte van het jaar daarvoor. De winstmarge bedroeg daarmee 8,3 procent van de omzet.

Als je dergelijke getallen leest, ontom je niet aan de conclusie dat de regering Heineken best wat meer omzet- of winstbelasting mag opleggen. Want ten koste waarvan wordt die winst behaald? Hoeveel doden en arbeidsongeschikten heeft die winst op zijn geweten? Hoeveel sociale vervuiling is er veroorzaakt? En was het niet zo dat de vervuiler moet betalen?

Helemaal klemmend worden die vragen wanneer je leest hoeveel geld Heineken er aan besteedt om die omzet nog verder te vergroten. Aan marketing besteedde Heineken vorig jaar maar liefst 2,4 miljard. Meer dan de winst. Gerelateerd aan de omzet waren de marketingkosten 11,3 procent. Een percentage dat niet ongewoon is in de sector van voedings- en genotmiddelen. Gigant Unilever besteedde in 2013 aan marketing 12,6 procent van de omzet. Daar stak Shell karig bij af, met marketingkosten van 0,5 procent van de omzet.

Heineken deed veel aan digitale marketing. Zo zat er bij de WK-wedstrijden van het Nederlands elftal een team van twintig man klaar om via Twitter zogenaamd humoristische tweets de wereld in te sturen.

## Tijdelijk alcoholvrije leefstijl uitproberen? ACTIE "IK PAS" : 30 DAGEN ZONDER

**Na afloop van de carnavalsperiode is dit jaar de actie "IkPas" gestart. Een actie waarbij de deelnemers beloven gedurende 30 of 40 dagen geen alcohol te drinken. "IkPas" is de paraplu en de landelijke noemer voor regionale acties.**

Deze acties begonnen een aantal jaren geleden in enkele gemeenten in het Zuiden van het land, aanhakend aan de Rooms-Katholieke traditie van een "vastenmaand" (van 40 dagen) na afloop van het carnaval. Geheel los daarvan had Verslavingszorg Gooien Vechtstreek al enkele keren een actie van 30 dagen zonder alcohol. Die initiatieven zijn bij elkaar gebracht en door het Trimbos Instituut en het lectoraat Verslavingspreventie van Windesheim omgebouwd tot een landelijke actie. Die wordt uitgevoerd in samenwerking met gemeenten, GGD en verslavingszorg.

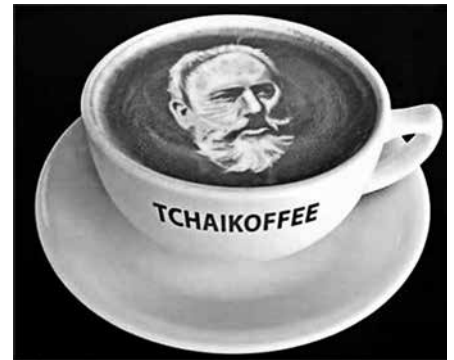
De motieven van de deelnemers om mee te doen zijn zeer gevarieerd. Van ouders die hun kinderen willen opvoeden met het idee van de vastenmaand, tot bewuste consumenten die het zien als een inwendige voorjaars schoonmaak na de overdadige periode van de decemberfeesten en de nieuwjaarsrecepties, bewuste consumenten die het doen in het kader van hun "balansdagen", jongelui die het simpelweg zien als een uitdaging, tot tenslotte mensen die het zien als een test om te zien of zij niet bezig zijn verslaafd te worden.

Volgens onderzoekers, houden de

meeste tijdelijke stoppers het niet drinken voor gezien (wat natuurlijk niet geldt voor de aanhangers van het idee van een vastenmaand). Toch is deelname niet zinloos. De lever krijgt een rustperiode. Eventuele beginnende vervetting vermindert en het cholesterolniveau gaat omlaag. Gewoontegedrag wordt doorbroken, waardoor eventuele dwangmatigheid van alcoholgebruik ontdekt kan worden.

Op 19 februari bedroeg het totale aantal deelnemers ongeveer 2600 personen. De 40-dagen actie was toen al begonnen, de 30-dagen actie startte op 2 maart. Opvallend is dat slechts 38 procent van de deelnemers man is. Dit terwijl er toch meer mannen dan vrouwen drinken (resp. 85 procent en 76 procent).

Hopelijk zullen degenen die tijdens deelname aan de actie zich veel beter voelen dan tevoren, zelf wel tot de conclusie komen dat zij alcohol kunnen missen als kiespijn.



## En dit...

... was het resultaat van dronken gaan inbreken.

Het gebeurde afgelopen december in Hoogeveen. Een man had op een avond zitten drinken, en daardoor dronkemansmoed gekregen. Hij wilde inbreken in een bedrijfspand. Om binnen te komen sloeg hij een ruit in.

Omwonenden hoorden glasgerinkel en belden de politie. Eén van hen zag een man weglopen en noteerde wat gegevens. Toen de politie gearriveerd was en op onderzoek uitging, vond die een identiteitskaart van een Hoogevener vlakbij het ingeslagen raam.

De man bleek thuis te zijn. Hij lag inmiddels zwaar dronken in bed. Hij voldeed aan de beschrijving van de getuige, werd in hechtenis genomen en in de cel gezet. . . .

\* \* \*

... was een koud bad door dronken fietsen.

Het gebeurde in Wadenoijen in een zaterdagnacht omstreeks 2.00 uur

afgelopen januari. De hulpdiensten waren naar de Lingedijk geroepen omdat er iemand te water was geraakt. Daar aangekomen troffen zij een kletsnatte, 17-jarige Tielenaar aan die inmiddels zelf uit het water was geklommen. Hij verklaarde het water ingereden te zijn, maar mankeerde verder niets. De politie bracht hem naar huis.

Daar vroeg zijn moeder waar zijn vader was: "jullie waren toch met zijn tweeën gaan stappen". De hulpdiensten gingen weer naar Wadenoijen en troffen daar inderdaad de vader aan. Ook stomdronken. Beiden kregen een bekeuring wegens openbare dronkenschap. . . .

\* \* \*

... was een uitbarsting van alcoholische krankzinnigheid.

Het gebeurde op een donderdagnacht in Breda. Een 32-jarige moeder zat dronken achter het stuur met haar 5-jarige dochtertje bij haar in de auto. Zij was zo dronken dat zij twee andere auto's aanreed. Daarna werd zij door de politie tot staan gebracht.

Toen zij door de agenten uit haar auto werd gehaald, ging zij volledig door het lint. Zij schopte, maaide met haar armen en schreeuwde dat het

een aard had. Met veel moeite werd zij gearresteerd en naar het politiebureau gebracht. Bij het verhoor trachtte zij nog een agent te schoppen.

Haar bloedalcoholgehalte was ruim boven de 1,5 promille. Haar rijbewijs zal zij dus voorlopig moeten missen. . . .

\* \* \*

... was een geval van alcoholische agressiviteit.

Het gebeurde op een zondagavond in Hengelo. Een dronken man zette onder dreiging met een mes omstreeks 20.00 uur zijn vrouw en kind het huis uit. Bovendien dreigde hij het huis in brand te steken. Daarna verschanste hij zich in zijn huis.

Agenten zetten de straat af om het publiek op afstand te houden, en loodsten de burens van de man hun huis uit voor het geval de man echt zijn huis in brand zou steken. Maar na lang praten en enkele waarschuwingsschoten kwam hij om 23.30 uur vrijwillig zijn huis uit.

Onderzoek in de erbij gehaalde ambulance bracht geen bijzonderheden aan het licht, behalve dat de man flink gedronken had. Hij mocht de nacht in de cel doorbrengen. De politie bracht vrouw en kind tijdelijk elders onder. . . .

Voor het eerstkomende nummer van dit blad is 7 mei gepland als verschijningsdatum. Copij voor dat nummer graag uiterlijk 19 april bij de redacteur.

### Reüniebijeenkomst ANDO

Op zaterdag 30 mei 2015 organiseert de reüniecommissie de tweede ANDO-reünie op het Spoek te Beekbergen. Vanaf 10.30 uur bent u welkom voor de ontvangst met koffie. Om 11.00 uur vangt een lezing aan door oud-ANDO-lid dhr. Han Sie Dhian Ho, met als onderwerp **interculturele communicatie**. Een voor iedereen nuttige tragi-komische lezing.

Omstreeks 12.30 uur gaan we aan de gezamenlijke lunch. Om 14.30 uur krijgen we een muzikaal optreden door Hanneke Laura, zij zal voor ons een programma met lerse zang en muziek presenteren. Om ongeveer 16.00 uur willen we deze reünie besluiten. Meld u aan bij Doede Boon, It Skutsje 30, 9001 HJ Grou, tel. 0566-622231, e-mail [djboon1@kpnmail.nl](mailto:djboon1@kpnmail.nl)

### Begunstigersdag 2015

Vorig jaar was gepland om de begunstigersbijeenkomst in te voegen in een veel meer omvattende "dag van de alcoholvrije leefstijl". Wegens de te korte voorbereidingstijd kon dat toen niet doorgaan. Nu zijn de ideeën wat meer uitgekristalliseerd. Het ligt in de bedoeling om buitenstaanders naar het Spoek te lokken met behulp van een soort "braderie". Gedacht wordt bijvoorbeeld aan informatiestands, proefstands en misschien ook verkoopstands.

Om te voldoen aan de statuten, zal er voor de begunstigers tijdens de braderie een korte bijeenkomst zijn. Daar zal men als vanouds kennis kunnen nemen van de gang van zaken van Stichting ANGOB in het afgelopen jaar, en zal men met het bestuur van gedachten kunnen wisselen.

### Nog steeds teveel alcohol bij carnaval

Ondanks alle pogingen om carnavalsvierders minder alcohol te laten drinken, zijn er ook dit jaar veel feestgangers naar een ziekenhuis gekomen of gebracht met een alcoholvergiftiging. Alleen al in de provincie Noord-Brabant waren het er 165. Maar liefst 33 van hen waren jonger dan 18 jaar. Eén op de vijf, ofwel 20 procent.

Van de andere provincies waren nog geen aantallen beschikbaar. Wel zagen wij getallen van enkele gemeenten. In alle gevallen betrof het slechts weinig vergiftigingen. En het aantal minderjarigen onder hen bedroeg meestal niet meer dan één of twee, ofwel minder dan 10 procent. Een heel verschil met Brabant. Ligt dat aan de jongeren, of aan hun ouders, of aan de verstrekkers van drank?

## VERSLAG NIEUWJAARSBIJEENKOMST 2015

Op zaterdag 10 januari hield Stichting ANGOB haar traditionele nieuwjaarsbijeenkomst op alcoholvrije camping het Spoek te Beekbergen. En evenals vorig jaar was de winter op die datum nog niet begonnen. De wegen waren, anders dan in 2010, goed berijdbaar en dat was te merken aan de opkomst. De recreatiezaal van het Spoek was overvol.



De grote opkomst was vooral te danken aan de vaste gasten van de camping. Van de begunstigers van de Stichting lieten dit jaar verschillende verstek gaan. De meesten na bericht van verhindering, al dan niet met spijt-betuing. De zaal was desondanks overvol, er moesten inderhaast nog stoelen bijgezoekt worden.

De nieuw aankomenden gingen na binnenkomst de ronde doen om de reeds aanwezigen een gelukkig nieuwjaar te wensen. Soms vergezeld door de wens voor een goed kampeerseizoen. Vervolgens zocht men een stoel bij één van de tafeltjes, waar men voorzien van koffie of thee en een hapje, ging bijpraten en ervaringen uitwisselen. Toen dit enige tijd geduurd had, kwam er soep. Men kon kiezen uit twee smaken.

Wat later kwamen achtereenvolgens beheerder Ton van der Gaag en voorzitter Dingeman Korf aan het woord. Ton heette iedereen welkom en wenste hen een gelukkig 2015. Vervolgens gaf hij een overzicht over de vele onderhouds-, herstel- en restauratiewerkzaamheden aan de opstallen en over de ontplooidde activiteiten in 2014. Een hoeveelheid werk die zonder de inzet van veel vrijwilligers niet mogelijk geweest zou zijn. De camping ligt er duidelijk fraaier bij dan een jaar geleden, en helemaal fraaier dan twee jaar geleden.

De lijst met nodige of wenselijke werkzaamheden, is daarmee nog niet afgewerkt. Voor 2015 staat er nog het nodige op het programma. Spreker eindigde met zijn dank uit te spreken aan allen die in 2014 meegeholpen hadden om de camping weer een stapje vooruit te brengen.

Na de beheerder kwam de voorzitter aan het woord. Terugblikkend op het jaar 2014 zag hij twee belangrijke gebeurtenissen op alcoholgebied voor ons land, één positief en één negatief. De belangrijkste positieve verandering was volgens hem het van kracht worden van één leeftijdsgrens voor drank bij 18 jaar. Alleen moet die grens

wel beter gehandhaafd gaan worden dan tot nu toe het geval is. De negatieve gebeurtenis was de uitspraak van de rechter dat het Albert Heijn toegestaan is om zijn filiaalhouders te verbieden gebruik te maken van elektronische controle op afstand voor het controleren van de leeftijdsgrens voor alcohol. Daarmee wordt het meest effectieve systeem buiten spel gezet.

Voor de nabije toekomst blijft er nog genoeg te verbeteren aan het alcoholbeleid. Want een maatschappijbreed matigingsbeleid is er nog steeds niet. De verbeteringen van 2014 betreffen alleen de 16- en 17-jarigen. Jongeren dus die nog geen rijbewijs hebben. Tegen het nog steeds voortwoekerende euvel van dronken rijden, zijn andere maatregelen nodig. Alcoholverslaving en levercirrhose ontwikkelen zich langzaam, in verloop van vele jaren fors alcoholgebruik. Uitstel van de aanvang van alcoholgebruik met twee jaar, zal deze ziekten niet noemenswaard doen afnemen.

Inmiddels waren er ook pannenkoeken voor de bezoekers, om het nieuwe jaar mee in te luiden. Daarna gingen sommigen naar buiten om te kijken hoe hun caravan erbij stond.

De verzorging van de inwendige mens overtrof dit jaar nog de ook al voortreffelijke verzorging van vorig jaar. Daarom vanaf deze plaats nogmaals hulde en dank aan de keukenploeg en de bediening.

ALS JE WEET HOE ALCOHOL WERKT,  
WERK JE ZONDER ALCOHOL

### SAB-prijs 2015

Stichting SAB looft ook in 2015, overeenkomstig haar doelstelling weer een prijs uit voor een kleinschalig, uit particulier initiatief voortkomend project gericht op het verminderen van alcoholproblemen in een bepaalde sector van de samenleving.

Voor 2015 heeft het bestuur voor die sector de sportwereld gekozen. Momenteel wordt geïnventariseerd of er in die sector voldoende originele en vernieuwende projecten tot uitvoering zijn gekomen, om van een competitie te kunnen spreken. Als dat bekend is, kan de inschrijving geopend worden.

## WAARSCHUWINGEN VAN ALCOHOLINDUS- TRIE BEDRIEGLIJK EN MISLEIDEND

Boodschappen van de alcohol-industrie gericht op verantwoord omgaan met alcohol, zijn in de meeste gevallen misleidend. Vaak zijn zij ook bedrieglijk doordat zij indirect alcohol verheerlijken en het positieve beeld ervan bij de toeschouwer bestendigen. Aldus Britse gezondheidsexperts.

De experts, onder leiding van dr. Katherine Clegg-Smith, onderzochten de advertenties die gedurende een periode van drie jaar verschenen in Amerikaanse tijdschriften. Daarvan bleek 87 procent een waarschuwing of een verantwoordelijkheidsboodschap te bevatten. Dat leek dus positief. Maar een nadere analyse van de aard van de boodschap wees uit dat die veelal dubbelzinnig was.

Wat bijvoorbeeld te denken van een advertentie van Bacardi met tenniskampioen Rafael Nadal en in grote letters als "waarschuwing" de tekst "**Kampioenen drinken verantwoord**" ("Champions drink responsibly")? Dat geeft toch duidelijk aan dat het zelfs voor topsporters mogelijk is om verantwoord te drinken. Dat remt de consumptie niet af, maar versterkt het effect van de reclame juist. Drink maar gerust, als je het maar "verantwoord" doet.

Een waarschuwing op bierglazen "Please drink responsibly" is een typisch voorbeeld van de put dempen als het kalf verdronken is. De boodschap moet ontvangen worden voordat de consument bier bestelt, niet als hij het al voor zich heeft staan.

Verder constateerden de onderzoekers dat de waarschuwing in 95 procent van de gevallen, in veel kleinere lettertjes werd gegeven dan de naam of de advertentieslogan van het betreffende bedrijf. In advertenties die grotendeels of bijna geheel uit een afbeelding bestonden, moesten de experts soms goed zoeken waar de waarschuwing zich bevond.

In de advertenties was het verder vaagheid troef. In geen enkele werd gedefinieerd wat de term verantwoord drinken inhield. Dat werd aan de fantasie van de lezer overgelaten. Ook waren de waarschuwingen te vriendelijk gesteld (drink verantwoord, geniet maar doe het verantwoord) en werd in geen enkele advertentie gewaarschuwd dat het onder bepaalde omstandigheden (verkeersdeelname, zwangerschap) beter is om helemaal niet te drinken.

Clegg-Smith verwijst naar de ervaring met tabaksreclame. De harde aanpak daarvan heeft gewerkt. De aanpak van de alcoholreclame zou daarvan moeten leren.

## Rijden onder de invloed hardnekkig kwaad EXTRA MAATREGELEN VOOR VERKEERSVEILIGHEID

Begin februari bracht de SWOV twee rapporten uit over de verkeersveiligheid. Het eerste rapport is een "monitor", dus een overzicht over de recente ontwikkelingen, het tweede rapport draagt de veelzeggende titel "Opschakelen naar meer verkeersveiligheid". Hierin onder andere aanbevelingen voor maatregelen tegen alcohol in het verkeer.

In de "Beleidsimpuls Verkeersveiligheid" van 2012, legde het ministerie van Infrastructuur en Milieu een aantal doelstellingen voor 2020 vast. Die voorzagen een forse daling van het aantal doden en ernstig gewonden in het verkeer. In 2014 werd duidelijk dat het onzeker, respectievelijk onwaarschijnlijk was dat de doelstellingen voor verkeersdoden (maximaal 500 in 2020) en voor ernstig gewonden (maximaal 10.600 in 2020) gehaald zouden worden.

Het ministerie heeft op grond hiervan de SWOV verzocht na te gaan welke extra maatregelen de haalbaarheid van de doelstellingen zouden kunnen vergroten. Met behulp van experts op uiteenlopende terreinen (bestuurskunde, verkeerskunde, psychologie en transportkunde) is een groot aantal suggesties (79) verzameld. Deze zijn vervolgens aan een groot aantal organisaties voorgelegd om commentaar. Daarna zijn ze geanalyseerd naar vermindering van doden en gewonden, uitvoerbaarheid, kosten en maatschappelijke aanvaardbaarheid. Het grote aantal suggesties werd hierdoor teruggebracht tot 18 realistische maatregelen.

Naar aantallen gewonden staat de fiets op de eerste plaats. Ook gemotoriseerde tweewielers leveren veel

gewonden (naast veel doden). Dit geldt zowel voor motorfietsen als voor brommers en scooters. Bestuurders van gemotoriseerde tweewielers hebben een 20 keer grotere kans op een ongeval dan bestuurders van een auto.

Een aantal van de suggesties werd afgewezen omdat de maatschappelijke aanvaardbaarheid als te gering werd beoordeeld, of omdat invoering te langzaam zou gaan om effect te hebben op de situatie in 2020. Dit betrof bijvoorbeeld een draconische maatregel als "in alle auto's een alcoholslot". Effectief, maar geen draagvlak en hoge kosten. Verplicht dragen van een fietshelm werd vooralnog eveneens afgewezen, maar wel aanbevolen voor kinderen en bejaarden. Dit laatste omdat bejaarden relatief vaak slachtoffer worden, en zij vaak ernstiger verwond raken. Gratis openbaar vervoer voor bejaarden viel vooral op grond van de kosten af.

Ook een totaalverbod op alcohol in het verkeer werd als "draconisch" afgewezen. Een dergelijk verbod wordt al jarenlang van tijd tot tijd opnieuw voorgesteld. Zo langzamerhand lijkt er onder het publiek een meerderheid voor te zijn. Het enige probleem is het niet meetbaar zijn van nul. Er moet een grens gesteld worden, waar beneden de verkeersdeelnemer niet strafbaar is. Het is voor ons dan ook onbegrijpelijk dat de SWOV een totaalverbod ter discussie heeft gesteld, en niet een verlaging van de strafbaarheids grens (nu 0,5 promille) naar 0,1 promille of 0,05 promille.

De nu voorgestelde 18 maatregelen hebben betrekking op de infrastructuur (het wegennet), op de snelheid, op het gebruik van alcohol, op de verlichting, op de kleding (fietshelm, motorjack) en tenslotte de progressieve boete (tarief oplopend bij recidive). Voor het wegennet wordt veiliger inrichting gevraagd, en heroverweging van snelheidslimieten (ook geloofwaardiger maken van snelheidslimieten).

In algemene zin wordt voorgesteld een verdubbeling van de handhaving op alcohol en op snelheidslimieten. De handhaving van de snelheidslimieten is verregaand geautomatiseerd. Daardoor komen automobilisten die na alcoholgebruik te snel gaan rijden, er tegenwoordig met een boete wegens te hard rijden vanaf. Wanneer zij wegens te snel rijden staande gehouden zouden worden, zou het alcoholgebruik ook meteen aan het licht komen.

Dingeman Korf

