

A background image showing a social gathering with people and food. In the foreground, a hand points towards a plate of food. There are several plates of food, including small cakes and jars of jam. The background is slightly blurred, showing other people and more food.

## Trends IkPas 2021-2023

**Dr. Rob Bovens**  
**Tranzo Scientific Center for Care and Wellbeing**  
*[r.h.l.m.bovens@uvt.nl](mailto:r.h.l.m.bovens@uvt.nl)*

# Laat ze niet 'Verzuipen'

28 maart 2023

**Dr. Rob Bovens**  
**Tranzo Scientific Center for Care and Wellbeing**  
*[r.h.l.m.bovens@uvt.nl](mailto:r.h.l.m.bovens@uvt.nl)*

# Introductie

- 1955 Geboren in Maastricht, broer van.....
- 1974-1980 Strafrecht/criminologie Nijmegen
- 1980-1987 Evaluatie onderzoek alcohol verkeer (voor Ministerie van Justitie)
- 1987-1990 Projecten in Gelderland/Overijssel (o.a. kinderen van verslaafde ouders, stroomlijning methadonverstrekking, detentievervangende behandeling voor verslaafden, onderzoek gokverslaving)
- 1990-2004 (voorloper van) GGZ Nederland, achtereenvolgens stafmedewerker preventie en reclassering, vanaf 1994 landelijk directeur verslavingsreclassering en projectleider vermindering overlast (drugs)verslaafden
- 2004-2008 Campagneleider Drank maakt meer kapot dan je lief is (NIGZ), start opvoedingscampagnes, later NIX18
- 2008-2015 senior onderzoeker Trimbos-instituut (alcoholbeleid en –preventie), start Partnership Vroegsignalering Alcohol (voorloper van huidige Samenwerkingsverband VA)
- 2010-2017 lector verslavingspreventie hogeschool Windesheim
- 2017-heden Oprichter Stichting Positieve Leefstijl (IkPas)
- 2017-heden programmaleider en senior onderzoeker academische werkplaats Tranzo Tilburg University

# De zeven kernboodschappen van de alcoholindustrie (EUCAM/STAP, 2022)

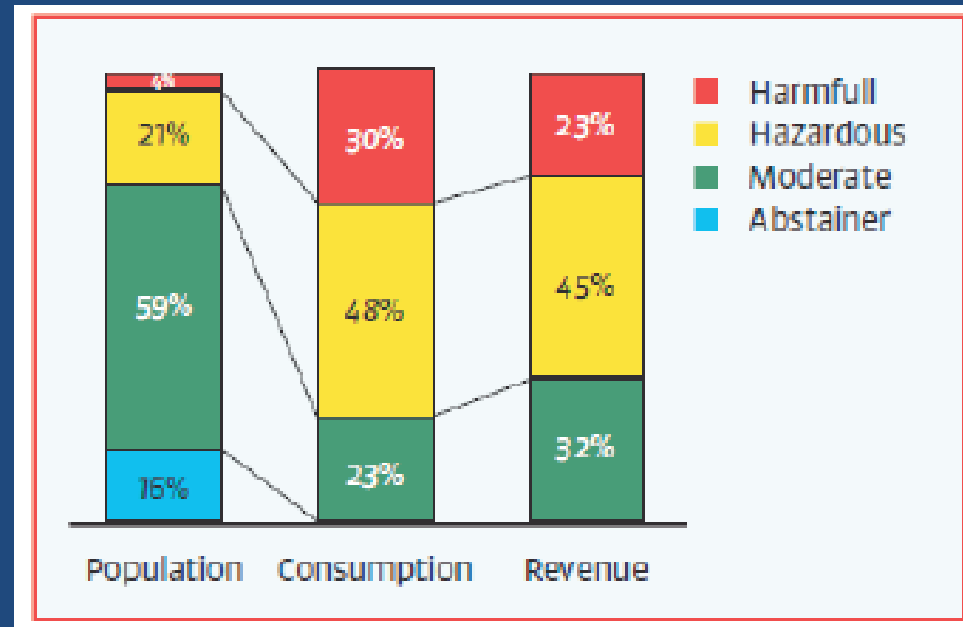
1. Alcoholgebruik is volkomen normaal en hoort bij een verantwoorde manier van leven
2. Alcoholproblemen worden veroorzaakt door een kleine groep mensen die ook andere problemen hebben en daardoor niet goed met alcohol kunnen omgaan
3. Verantwoord alcoholgebruik maakt deel uit van een gezonde leefstijl
4. Alcoholreclame leidt niet tot een toename van alcoholgebruik
5. Voorlichting over verantwoord gebruik is de beste alcoholpreventie
6. Alcoholvrije en alcoholarme dranken dragen bij aan het beperken van alcoholmisbruik
7. Alcoholproblemen kunnen alleen worden opgelost als alle partijen samenwerken



# 1. Alcoholgebruik is volkomen normaal en hoort bij een verantwoorde manier van leven

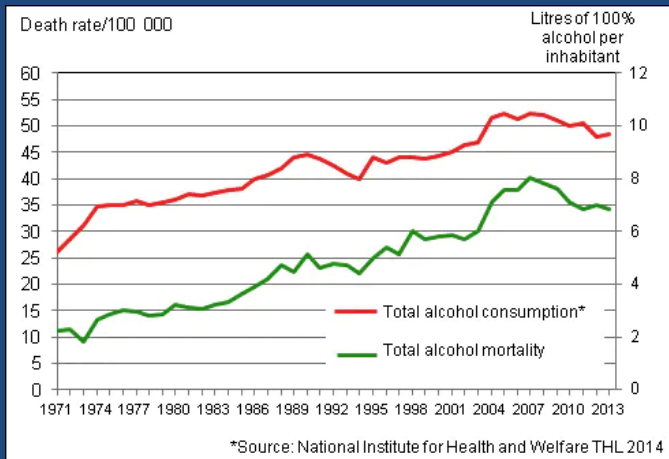
- Het is geen gewoon consumptieartikel
- Veroorzaakt schade (kost Nederlandse samenleving 2,3 – 4,2 miljard jaarlijks)
- Volgens WHO gebruikt meerderheid wereldbevolking geen alcohol
- Ook in Nederland wordt het steeds normaler niet (of heel weinig) te drinken

## 2. Alcoholproblemen worden veroorzaakt door een kleine groep mensen die ook andere problemen hebben en daardoor niet goed met alcohol kunnen omgaan

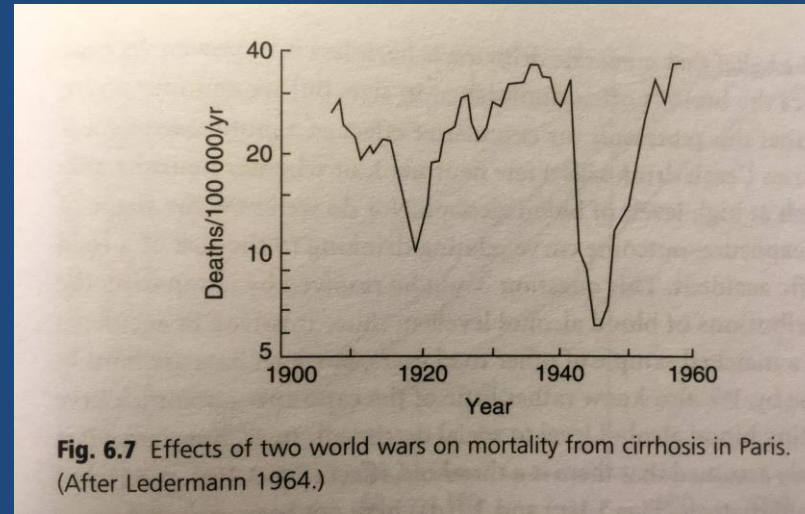


# Er is een relatie tussen omvang alcohol gebruik in een samenleving en mate van problematisch gebruik/verslaving

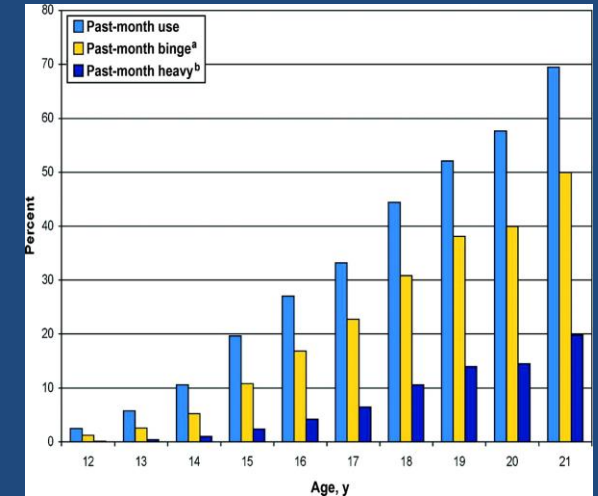
LEDERMANN, S. Alcool, Alcoolisme, Alcoolisation. Vol. 1. Données Scientifique de Caractère Physiologique, Économique et Social. (Institute Nationale d'Études Démographique, Travaux et Documents, Cah. No. 29.) Paris: Presses Universitaires de France, 1956.



Statistics Finland, 2013



Ledermann, 1964



Masten et al., 2008

# Consequentie van strategie alcoholindustrie op basis van boodschap 2

- Nationaal preventie akkoord richt zich op problematisch alcoholgebruik
- Waaronder niet verstaan wordt drinken dat niet cfr Richtlijnen GR is





### 3. Verantwoord alcoholgebruik maakt deel uit van een gezonde leefstijl

- Wat is verantwoord? De alcoholindustrie benoemt dit nooit, omschrijft het niet
- Het is kankerverwekkend
- Dementie bevorderend



#### Alcohol drinken verhoogt de kans op 7 soorten kanker



Alcohol veroorzaakt:

- > Jaarlijks meer dan **4000** gevallen van kanker
- > **1 op de 10** gevallen van kanker bij mannen
- > **1 op de 33** gevallen van kanker bij vrouwen



De combinatie alcohol en roken geeft **5 tot 30 keer** hoger risico op kankers in keel, mond, strottenhoofd en slokdarm

Keel

Mond

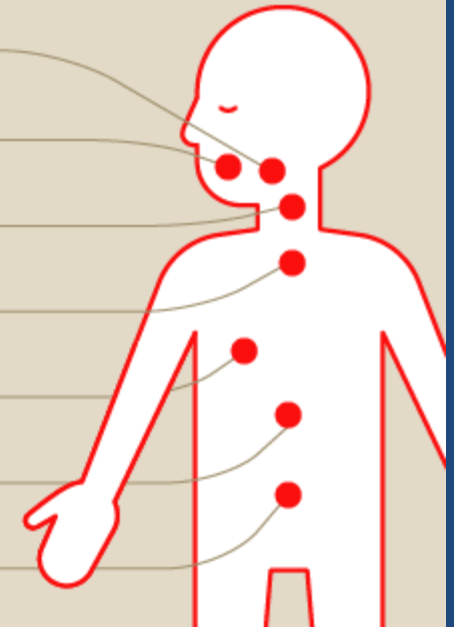
Strottenhoofd

Slokdarm

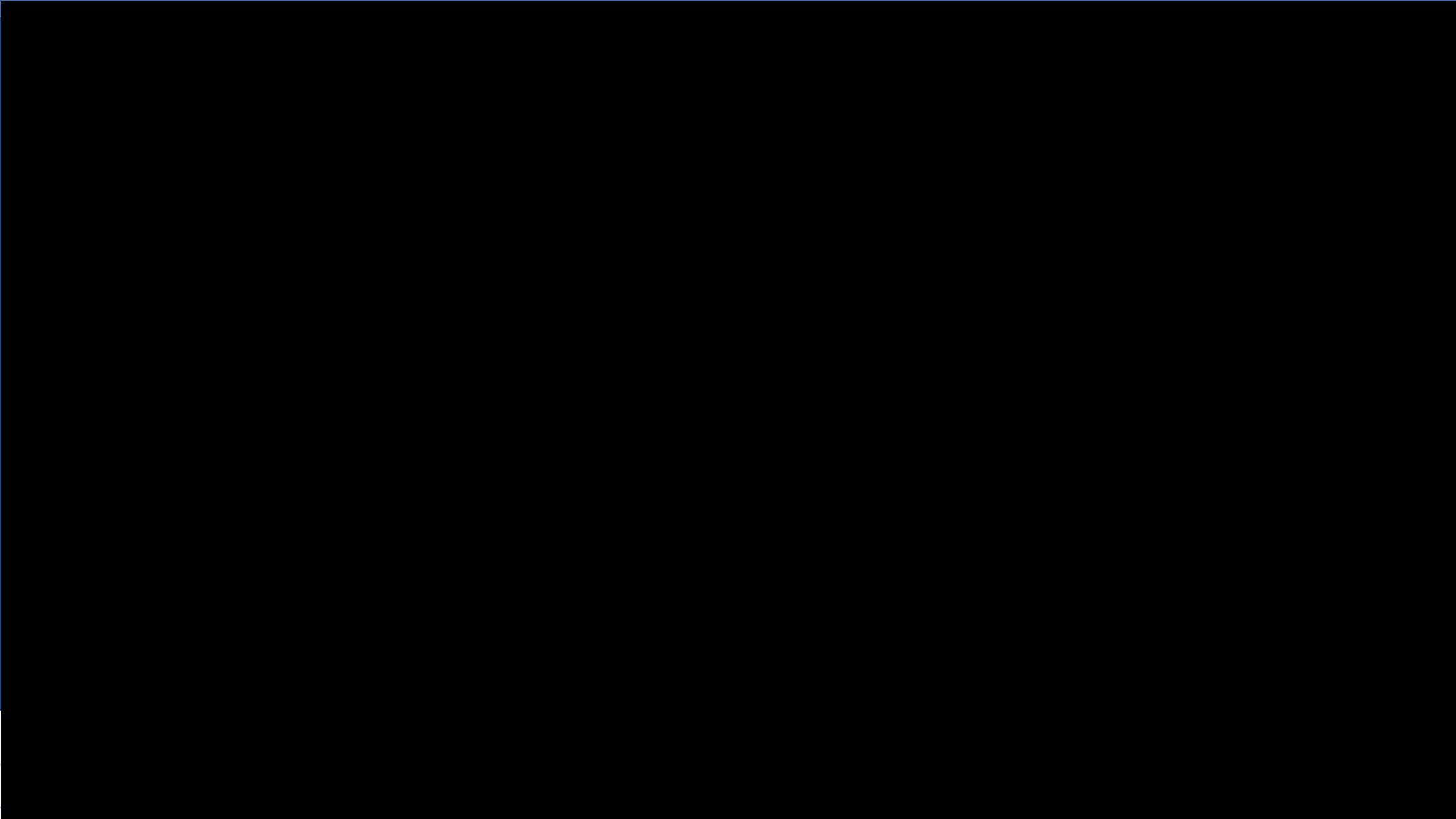
Borst

Lever

Darm



## 4. Alcoholreclame leidt niet tot een toename van alcoholgebruik





# Elke avond voetbal of over voetbal: promotie van doordeweeks drinken



## Weer netten in De Kuip bij Feyenoord - Ajax

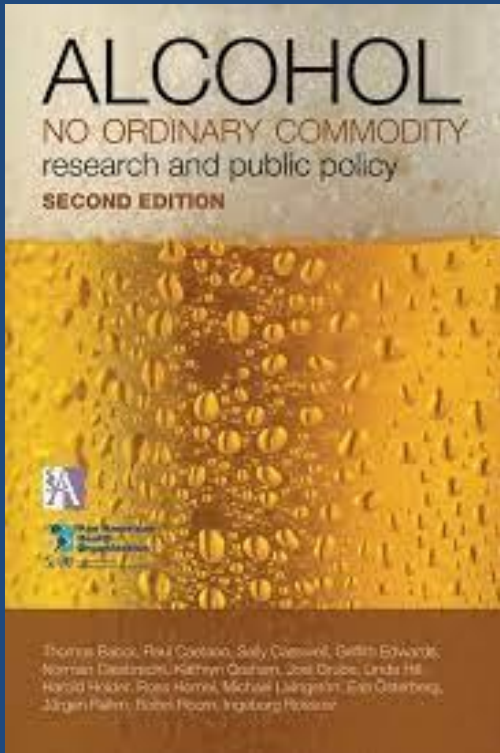
**Voetbal** ■ Bij het bekerduel tussen Feyenoord en Ajax in de halve finales van woensdag 5 april komen opnieuw netten te hangen tussen de tribunes en het veld in de Kuip. Dat gebeurt dit keer echter niet rond het hele veld. De Olympiazijde, waar de belangrijkste camera's staan waarmee ESPN de wedstrijd registreert voor de televisieuitzending, blijft 'open'. Op 22 januari hingen er in het stadion bij het competitieduel tussen Feyenoord en Ajax netten voor alle vakken om te voorkomen dat supporters voorwerpen richting het veld konden gooien. ANP

## 5. Voorlichting over verantwoord gebruik is de beste alcoholpreventie

### Ratings of alcohol policy-relevant strategies & interventions

Policy - strategy	Effectiveness	Breadth of research support	Cross-cultural Testing	Cost to implement
Retail monopoly	+++	+++	++	Low
Restrict outlet density	++	+++	++	Low
Increase alcohol taxes	+++	+++	+++	Low
No service to intoxicated	+	+++	++	Moderate
Server liability	+++	+	+	Low
School programs	0	+++	++	High
Warning labels	0	+	+	Low
Min. legal purchase age	+++	+++	++	Low
Drivers <21 'zero tolerance'	+++	+++	++	Low
Brief intervention-at risk	++	+++	+++	Moderate

Source: Adapted from T. Babor et al. (2003) Alcohol: No ordinary commodity (Table 16.1), by T. Greenfield, et al. (2007)



# Peer Education op stranden en campings



**DRANK**  
DE KATER KOMT LATER

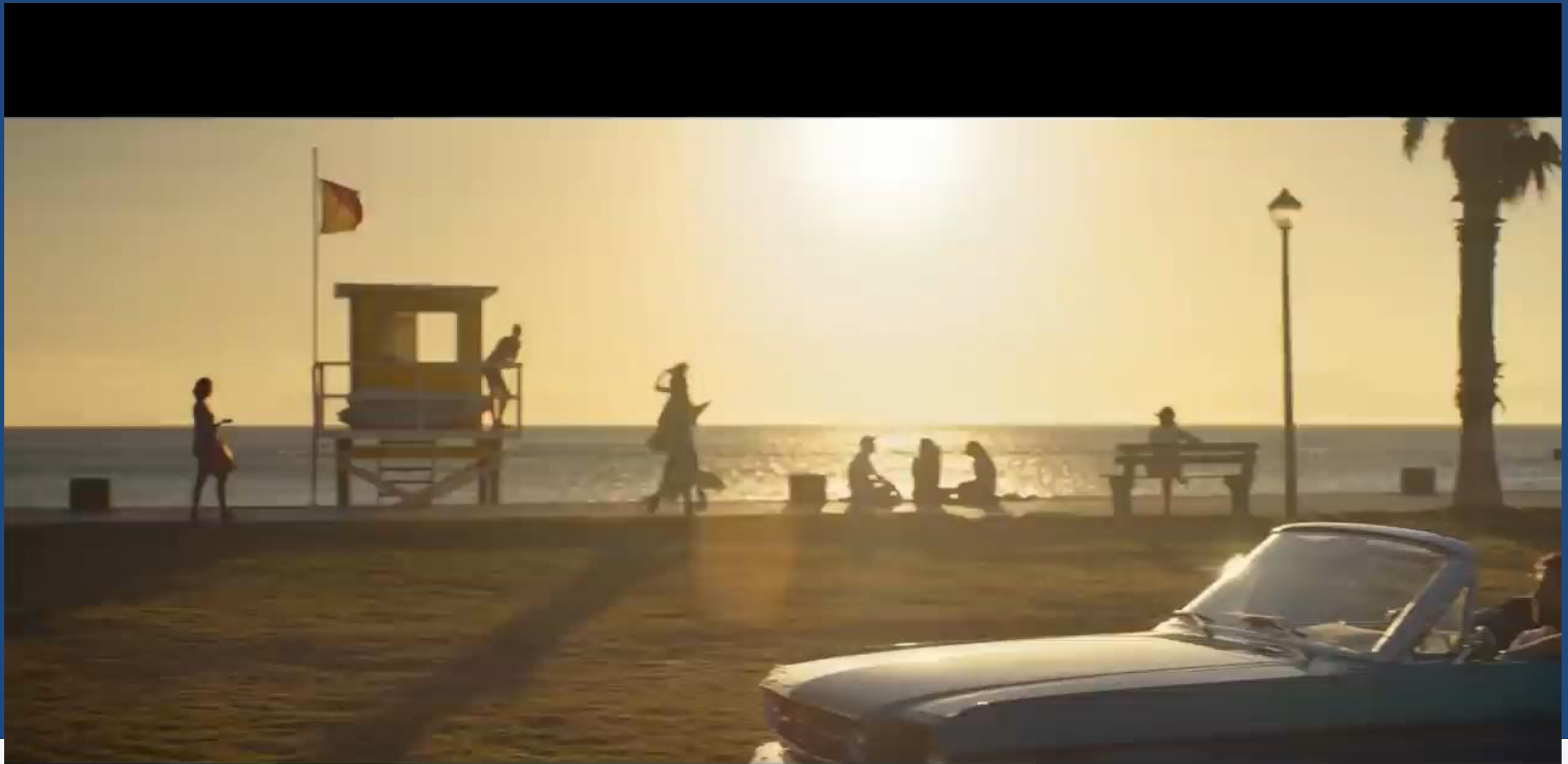
## Effecten

- Verhoging kennis over alcohol (16%)
- Meer inzicht in eigen alcoholgebruik en drinkpatronen (6%)
- Nadenken over toekomstig alcoholgebruik, in enige mate intentie tot matiging (8%)

Maar: geen effecten op alcoholconsumptie



## 6. Alcoholvrije en alcoholarme dranken dragen bij aan het beperken van alcoholmisbruik





- Reclamemaken voor alcoholvrij en alcoholarm is reclamemaken voor alcohol
- Merkreclame is essentieel voor de alcoholbranche
- Marketing zorgt voor uitbreiding van producten ipv vervanging (internationaal manager Heineken 2018)
- Alcohol 0.0 reclame op plekken waar dat voor alcohol verboden is (Litouwen)
- Instapper voor jeugd
- Trigger voor verslaafden

# 7. Alcoholproblemen kunnen alleen worden opgelost als alle partijen samenwerken

The screenshot shows a web browser with several tabs open. The active tab is vpro.nl, displaying an article titled "Van Ooijen trekt stekker uit overlegtafel alcohol". The article is dated 12 October 2022 and written by Nikki van der Westen. The main image is a portrait of Maarten van Ooijen. On the left side of the article, there is a large graphic for the "Nationaal Preventieakkoord" (National Prevention Agreement), featuring a stylized white and green logo and the text "Naar een gezonder Nederland". The ARGOS logo is visible in the top left corner of the article content. The browser's address bar shows the URL: vpro.nl/argos/lees/onderwerpen/artikelen/2022/van-ooijen-trekt-stekker-uit-overlegtafel-alcohol.html. The browser's search bar contains the word "zoek". The Windows taskbar is visible at the bottom of the screen, showing the time as 18:34 on 20.10.2022.

Home - IkPas x Zoekresultaten | CheapTickets.nl x Rapporten x de-zeven-boodschappen-van-d x YouTube x heineken 0.0 cabrio - YouTube x Van Ooijen trekt stekker uit over x +

vpro.nl/argos/lees/onderwerpen/artikelen/2022/van-ooijen-trekt-stekker-uit-overlegtafel-alcohol.html

human / vpro argos medialogica kijk lees luister contact zoek

ARGOS

Nationaal Preventie Akkoord

## Van Ooijen trekt stekker uit overlegtafel alcohol

12 OKTOBER 2022, NIKKI VAN DER WESTEN

→ lees

Staatssecretaris Maarten van Ooijen van Volksgezondheid maakt een eind aan de overlegtafel alcohol wegens tegenvallende resultaten. Dat komt doordat verschillen tussen belangen van alcoholproducenten en gezondheidsorganisaties "onoverbrugbaar blijken te zijn". Dat maakt hij woensdag bekend in een overleg met de nog zittende partners van de overlegtafel. Het besluit komt een week nadat twee deelnemende partners al uit onvrede waren opgestapt.

7°C Bewolkt 18:34 20.10.2022

--	--	--

28-3-2023

28-3-2023

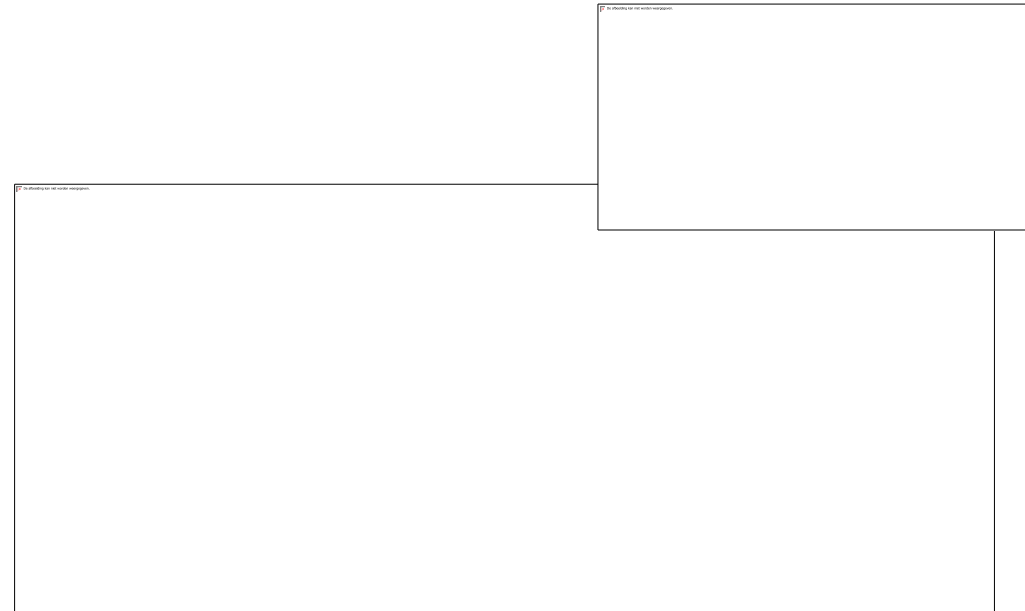
# Omgevingsgerichte benadering

(2)

Van lessen over middelengebruik.....



:

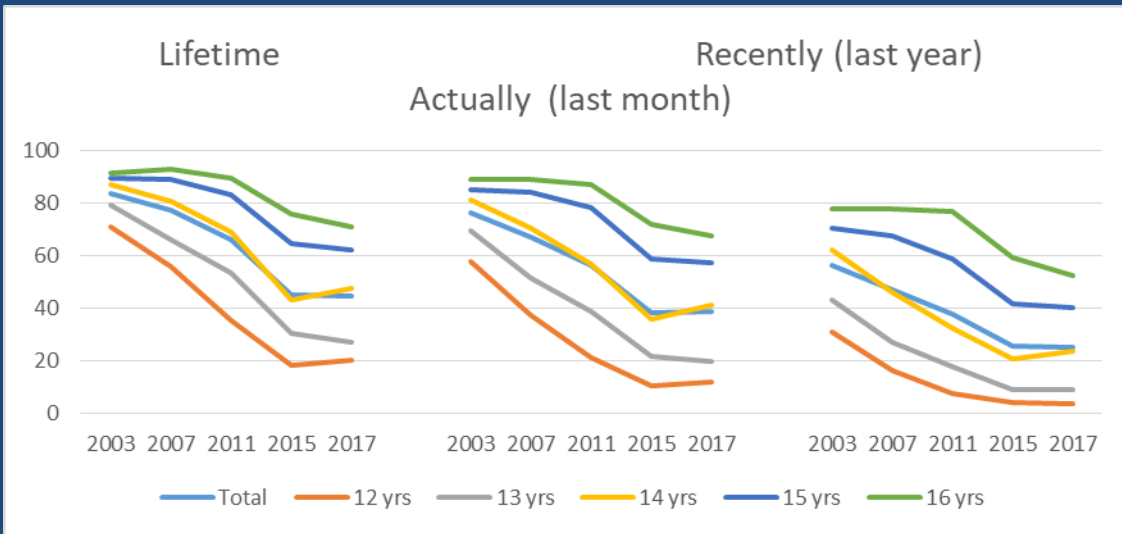


## Effectieve preventie

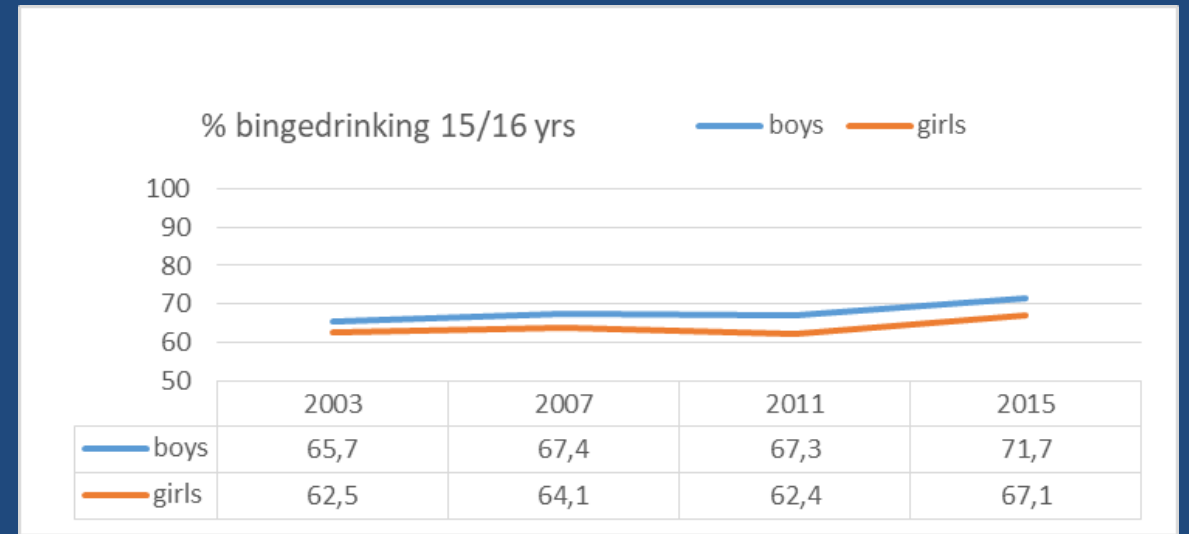
- Ouders (strengere regels, duidelijke normen, steun in NIX18)
- Beschikbaarheidsbeperking (minder verkooppunten, leeftijdsgrenzen ophogen en handhaven, geen happy hours)
- Accijnsverhogingen
- Voldoende alternatieven (happydrinks, alcoholvrije evenementen)
- Eén lijn voor alle middelen: geen drugs, alcohol, tabak onder de 18 (nu nog onderscheid: bezit tabak niet strafbaar, voor cannabis en alcohol wel bezitsverbod < 18)
- Voorbeeldgedrag

# Resultaten

## Alcoholconsumptie en leeftijd 2003 – 2017



## Binge drinken en gender 15/16 jaren 2003 - 2017



# Zien drinken doet drinken





# IKPAS

**Zet je alcoholgebruik op pauze.**

# 'Zachte' Preventiestrategie: Alcoholgebruik periodiek op pauze

- Een op leerervaringen gerichte campagne
- niet-moraliserend
- niet gericht op definitief wegnemen alcohol, maar op gewoontegedrag
- Geflankeerd met veel Inhoudelijke informatie
- Vol met tips voor alternatieven
- En een sociaal gebeuren
- Niet gericht op oplossen problemen, maar op winnen van positieve effecten



- Na afloop bepaalt de deelnemer of, wanner en hoeveel hij/zij drinkt!
- Awareness mbt permanent alcoholaanbod en gewicht wat eraan gegeven wordt
- Verontwaardiging wekken
- Draagvlak voor strenger beleid

Zet je alcoholgebruik op pauze.

## Aantallen per challenge 2021-2023

	2021	2022	2023 (t/m 28 maart)	2023 Prognose
Dry January	32.555	23.257	25.693	25.693
40 dagen geen druppel!	5.922	2.771	3.360	3.360
Maand-challenges	5.863	7.693	5.546	10.000
Eigen challenges	2.398	3.100	1.697	3.500
<b>Totaal</b>	<b>46.738</b>	<b>36.821</b>	<b>(36.327)</b>	<b>42.553</b>
<b>Alle challenges na Dry January</b>				
	<b>14.183 (30,3%)</b>	<b>13.564 (36,8%)</b>	<b>10.633 (29,2%)</b>	<b>16.860 (39,6%)</b>
<b>Unieke personen</b>	<b>33.906</b>	<b>26.206</b>	<b>27.968</b>	<b>29.000-31.500</b>

# Meerdere challenges in 2023

## Populatie:

Starters (nieuwelingen) in 2023 (aanmeldingen vanaf 5 december 2022, nieuw account)

**N= 14.262** (van in totaal 27.921 unieke deelnemers in 2023, geteld op 21 maart)

Vooralsnog één challenge: 9.685 (67,9%)

Meerdere challenges in 2023: 4.597 (32,1%)

## Meerdere challenges:

2 challenges: 3.693 (80,3%)

3-5 challenges: 865 (18,8%)

➤ 5 challenges: 39 ( 0,8%)

## Tot slot: Uitdaging

- Hoe richten wij een samenleving in zonder (veel) alcohol? Het volstaat niet om three best buys door te voeren zonder te denken aan een volwaardig alternatief voor wat gevoeld wordt als de verkregen meerwaarde van alcohol voor onze samenleving. (hoe zorg je voor voldoende smeerolie, gezelligheid, beleving, etcetc. zonder dit middel)
- Hoe stellen we ons op ten aanzien van alcoholvrij? Welke eisen moet je hieraan stellen wil je het kunnen accepteren?