

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 1743

Vragen van het lid **Voordewind** (ChristenUnie) aan de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *de NIX18 campagne* (ingezonden 19 maart 2014).

Antwoord van Staatssecretaris **Van Rijn** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport) (ontvangen 15 april 2014)

#### Vraag 1

Met welke partijen heeft u afspraken gemaakt over het voeren van het NIX18 logo?

#### Antwoord 1

Koninklijke Horeca Nederland, KWF kankerbestrijding, Longfonds, Trimbos-instituut, NOC\*NSF, supermarkten verenigd in het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel, GGD Nederland, GGD'en, Thuiswinkel.org, de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit en de Ministeries van Veiligheid en Justitie en Algemene Zaken.

#### Vraag 2

Klopt het dat de nieuwe educatieve slogan voor alcoholhoudende dranken van de STIVA «Geen 18, geen alcohol», een ingangsdatum heeft van 1 juli 2014 voor print, en 1 april 2014 voor overige media? Waarom is, in tegenstelling tot de datum van inwerkingtreding van de leeftijdsgrens van 18 jaar voor alcohol en de startdatum van de NIX18 campagne, gekozen voor een overgangstermijn om de nieuwe wettelijke leeftijd voor alcohol te communiceren?

#### Antwoord 2

Er zijn verschillende uiterlijke data voor het gebruik van de educatieve slogan in reclame-uitingen in verschillende media. Hierover hebben alcoholproducenten afspraken gemaakt in de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken. STIVA heeft per brief toegelicht dat voor de mogelijkheid van een overgangperiode is gekozen omdat het ontwerpen en printen van nieuw materiaal en het aanpassen van een digitale reclame-uiting tijd vergt, in het geval van print meer dan van digitale uitingen. Overigens betreft het hier een uiterste invoeringsdatum. In veel publicaties wordt de nieuwe slogan «Geen 18, geen alcohol» al gebruikt door producenten.

#### Vraag 3 en 4

Deelt u de opvatting dat, nu in reclamefolders van verschillende supermarkketens inmiddels geen logo meer wordt gevoerd bij aanbiedingen van Heineken bier, de voorlichting hiermee ondermijnd wordt, doordat de industrie feitelijk heeft bepaald dat tot respectievelijk 1 april en 1 juli 2014 geen educatieve slogan hoeft te worden getoond bij iedere reclame voor alcoholhoudende drank? Zo ja, wat wilt u hieraan doen? Zo nee, waarom niet?

Deelt u de mening dat de NIX18 campagne zich op een hellend vlak bevindt, nu – naast de industrie – ook de supermarktbranche niet meer bereid is het landelijke NIX18 logo consequent te communiceren?

#### Antwoord 3 en 4

Ik heb kennis genomen van het ontbreken van zowel het NIX18 logo als de educatieve slogan «Geen 18, geen alcohol» in sommige advertenties in de eerste maanden van dit jaar. Dat vind ik een kwalijke zaak. Ik heb hierover contact gehad met het CBL. Ten aanzien van het gebruik van het NIX18-logo hanteert het CBL, in overleg met STIVA, inmiddels de volgende lijn. Bij aanbiedingen van supermarkten zelf wordt het NIX18-logo geplaatst. Bij reclame van alcoholproducenten in andere uitingen van de supermarkten (zoals bijvoorbeeld de Allerhande) wordt de slogan «Geen 18, geen alcohol» geplaatst. De supermarkten hebben aangegeven het te betreuren dat de alcoholproducenten niet meedoen aan NIX18 campagne.

#### Vraag 5

Heeft u er vertrouwen in dat, in het licht van het niet nakomen van de afspraak over het voeren van het NIX18 logo en het feit dat alle afspraken sinds 2000 over de naleving van leeftijdsgrenzen bij verkoop van alcohol niet nagekomen zijn, de afspraak die u onlangs aankondigde te zullen gaan maken met de supermarktbranche over het op orde brengen van de naleving van 18 jaar kans van slagen heeft? Zo ja, waar baseert u dit op?

#### Antwoord 5

Het rapport «Alcoholverkoop aan jongeren 2013»<sup>1</sup> laat voor de supermarkten een stijging van de naleving van 30% (2011) naar 55% (2013) zien. Zoals ik schreef in mijn brief van 21 januari jl. aan uw Kamer bij het aanbieden van het rapport blijft het van belang dat de naleving van de leeftijdsgrens verder verbetert en dat alle betrokken partijen zich bewust zijn van het maatschappelijk belang dat daarmee gediend is. Ik zal de ontwikkelingen op dit gebied dan ook nauwlettend blijven volgen, partijen daarop blijven aanspreken en de naleving ook de komende jaren blijven monitoren. Ik heb onlangs een gesprek gevoerd met de top van de meeste supermarkten over de naleving van de leeftijdsgrenzen, daar bleek dat de meeste supermarkten (recent) een systeem van elektronische leeftijdsverificatie hebben ingevoerd, dan wel doende zijn met de invoering van een dergelijk systeem. Dergelijke systemen zullen naar verwachting bijdragen aan een hogere naleving.

---

<sup>1</sup> TK II 2013–2014, 27 565, nr. 124