

Alcoholcampagnes in de sport: **schenk verantwoord**

DOOR EMIEL KRIJTT



Het blijkt voor jongeren onder de 18 nog vaak bijzonder makkelijk om aan alcohol te komen in sportkantines. Zij kunnen vaak 'gewoon' een biertje of wijntje bestellen. Zijn het de penningmeesters die omzet willen draaien, is

het de sociale druk of is het onwetendheid? Volgens kinderarts Nico van der Lely vooral dat laatste. Daarom toert hij de komende tijd door het land om verenigingen duidelijk te maken wat de gevolgen zijn van alcohol voor het puberbrein. Het is naast de 'Blijf Helder' campagne van NOC*NSF en Heineken, één van de twee campagnes om verantwoord alcoholgebruik in sportkantines te stimuleren. Want 18 jaar betekent ook echt 18 jaar.

Serius probleem

Het slecht handhaven van de leeftijdsgrens is een serius probleem in sportkantines. Recente onderzoeken laten zien dat in 2011 slechts 4% van de sportverenigingen de toen geldende leeftijdsgrens van 16 jaar handhaafde. Mede door inspanningen vanuit de sport, steeg dit percentage in 2013 naar 15%. Een goede ontwikkeling, die echter geen vervolg kreeg. In 2014 handhaafde nog maar 8,5% van de clubs de inmiddels naar 18 jaar verhoogde leeftijdsgrens. Dat moet anders, en daarom zetten sportbonden en NOC*NSF zwaar in op het stimuleren van verantwoord alcoholgebruik in sportkantines.

Tour langs clubs

"Dagelijks zie ik in mijn praktijk de gevolgen van overmatig alcoholgebruik door jongeren. Tieners met beschadigde hersenen, veranderend gedrag maar ook afnemende intellectuele vaardigheden. Het komt niet zelden voor dat iemand een schoolniveau zakt. Alleen maar omdat hij of zij op te jonge leeftijd en vaak ook te veel heeft gedronken." Het zijn de woorden van kinderarts en oprichter van de alcoholpoli's, Nico van der Lely. Hij is het boegbeeld van de door staatssecretaris Van Rijn en tijdens de korfbalfinale in Ahoy Rotterdam gelanceerde campagne. Van der Lely trekt de komende vier jaar door het land om zoveel mogelijk sportbestuurders en -vrijwilligers

duidelijk te maken wat de gevolgen zijn van alcohol op het puberbrein. Hard nodig als je het Van der Lely vraagt. "Jongeren en ook volwassen zijn zich blijkbaar nog steeds niet bewust van wat alcohol met je hersenen doet."

Heikele situaties

Tijdens de bijeenkomsten krijgen sportverenigingen tips om de leeftijdsgrens te handhaven. Zo zijn er instructievideo's, waarin acteurs heikele situaties aan de bar naspelen. Situaties waarin iedereen die achter de bar staat weleens terecht komt: het vragen naar een legitimatiebewijs en het verkopen van 'nee'. Want ook al is het 'barpersoneel' goed geïnstrueerd, in de praktijk blijkt het lastig om iemand naar een legitimatiebewijs te vragen of om een drankje te weigeren. Naast de instructievideo's worden vanuit de campagne ook materialen beschikbaar gesteld. Stickers bijvoorbeeld, om duidelijk te maken dat er onder 18 geen alcohol wordt geschonken. En stickers waarop clubs de schenktijden kunnen noteren. Handig voor verenigingen die geen alcohol schenken op tijden dat de jeugd speelt, zoals het eigenlijk hoort.

Eén van de clubs die de themabijeenkomst 'Sport en Alcohol' bijwoonde is RKSVD Venhorst. "Herkenbaar", zo typeert bestuurslid Ties de Mol het rollenspel van de acteurs. "Ook bij ons stonden vlak na de leeftijdsverhoging jongens zeurend aan de bar toen ze ineens geen biertje meer kregen. Dat leverde soms best lastige situaties op." En precies dat is waar veel clubs mee worstelen. "Belangrijkste is dat je tijdens de bijeenkomst leert hoe je met dit soort situaties omgaat", benadrukt De Mol. Zijn tip voor verenigingen: "Koppel de themabijeenkomst over alcohol aan een ouderbijeenkomst voor jeugdspelers. Bijvoorbeeld aan het begin van het seizoen. Dan bereik je ook alle ouders en maak je ze medeverantwoordelijk."

Voor wie interesse heeft: de bijeenkomsten van Van der Lely zijn kosteloos.



Sportverenigingen die deze bijeenkomst op hun sportvereniging willen organiseren, kunnen zich melden via alcoholensport@nocnsf.nl. De campagne wordt mogelijk gemaakt door bijdragen vanuit het Ministerie van VWS, zorgverzekeraar DSW, NOC*NSF, KNHB, KNVB, KNLTB en NKV.

'Blijf Helder'

Ook Heineken en NOC*NSF hebben de handen ineengeslagen met als resultaat de 'Blijf Helder' campagne. Een campagne die werd gelanceerd in het bijzijn van onder andere Pascal Gilet, algemeen directeur Heineken Nederland, en NOC*NSF voorzitter André Bolhuis. Gilet: "Iedereen die wel eens als vrijwilliger achter de bar van de sportkantine staat, kent het dilemma. Of je toch even een biertje wil tappen voor het winnende jeugdteam. De bekende sociale druk. Maar het kán gewoon niet. De regel is onder de 18 geen alcohol en boven de 18 met mate genieten. Met deze campagne zetten we clubs op een positieve manier ertoe aan de alcoholleeftijd te handhaven en belonen we hen daarvoor."

Mystery visits

Voetbal-, hockey- en korfbalverenigingen kunnen zich vanaf september aanmelden op www.blijfhelder.nl. Tennisverenigingen konden dat eerder al, in juni. Met de 'Blijf

Helder' campagne slaan NOC*NSF en Heineken een nieuwe weg in. Het handhaven van de leeftijdsgrens wordt niet alleen gestimuleerd, maar ook beloond. Hoe beter een vereniging de leeftijdsgrens handhaaft en verantwoord alcoholgebruik bevordert, des te groter de kans op mooie prijzen. Denk aan clinics met bekende sporters, kaartjes voor sportevenementen en de hoofdprijs: een reis voor twee personen naar de Olympische Spelen in Rio de Janeiro, augustus 2016. Mooie prijzen en kans op de titel 'De Helderste Club van Nederland'. Aanmelden dus!

Na bevestiging van deelname ontvangt de club mystery visits. Onaangekondigde bezoeken, waarbij vastgesteld wordt hoe de club omgaat met -verantwoord- alcoholgebruik. Na de eerste mystery visit ontvangt de club een Blijf Helder communicatiepakket. Een toolkit met tips en materialen om verantwoord alcoholgebruik te stimuleren. De materialen zijn logovrij, dus ook te gebruiken door verenigingen die geen Heineken schenken.

Cultuurverandering noodzakelijk

André Bolhuis, voorzitter van NOC*NSF: "De barometrie in de sportkantine is voor veel sportclubs een belangrijke bron van inkomsten. Binnen de sport moeten we echter ook op een verantwoorde manier

met alcohol omgaan, zeker bij jongeren. We moeten het normaal vinden om naar een legitimatiebewijs te vragen als jongeren alcohol bestellen. Dat vraagt om een cultuuromslag."

Met beide campagnes hopen NOC*NSF en haar partners het aantal clubs dat de leeftijdsgrens handhaaft flink op te vijzelen. Van belang voor een gezond en sportief Nederland, maar ook voor het behoud van barinkomsten voor verenigingen en het voorkomen van boetes. Ook in het belang van de penningmeester dus. De boetes zijn namelijk niet misselijk, en liggen tussen de € 1.360 en € 2.720. In het uiterste geval wordt zelfs de drank- en horecavergeving ingetrokken. Verenigingen lopen dus een aanzienlijk risico, en dat is geen loos dreigement. De eerste boetes zijn inmiddels opgelegd en dit aantal neemt door de strengere controles waarschijnlijk alleen maar toe. Zeker nadat staatssecretaris Van Rijn (VWS), op basis van recente nalevingscijfers, opriep beter en strenger te handhaven.

Daar komt bij dat in 2016 de Drank- en Horecawet wordt geëvalueerd. Ook extra maatregelen om te zorgen dat jongeren onder de 18 niet aan alcohol kunnen komen zijn onderwerp van gesprek. Gezien de slechte nalevingscijfers zal sport hier ongetwijfeld onderwerp van gesprek zijn. Genoeg redenen dus voor sportverenigingen om het voortouw te nemen. Geen eenvoudige opdracht, die vraagt om een cultuuromslag. Iets waar we met de twee lopende campagnes aan werken.

Meer informatie

Kijk voor meer informatie over verantwoord alcohol schenken in sportkantines op: www.nocnsf.nl/alcoholensport. Of neem contact op via: alcoholensport@nocnsf.nl.

"Binnen de sport moeten we op een verantwoorde manier met alcohol omgaan, zeker bij jongeren"