

Wat kan drugspreventie leren van alcoholpreventie?

Lex Lemmers

Congres *Denormaliseren doe je zo. Het leukste congres over drugspreventie*

17 april 2024

1931 congrescentrum 's-Hertogenbosch

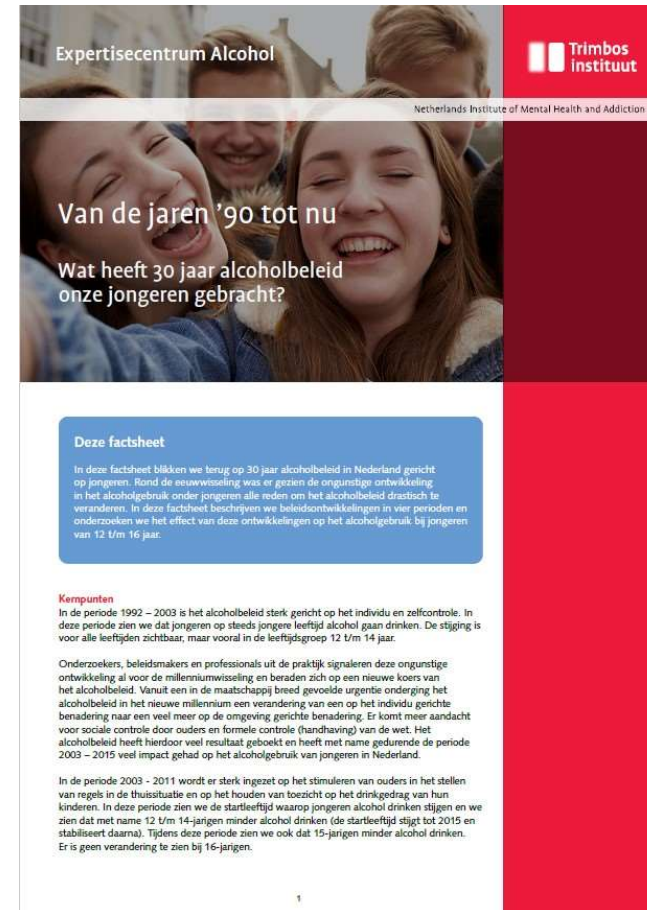


Wat gaan we doen?

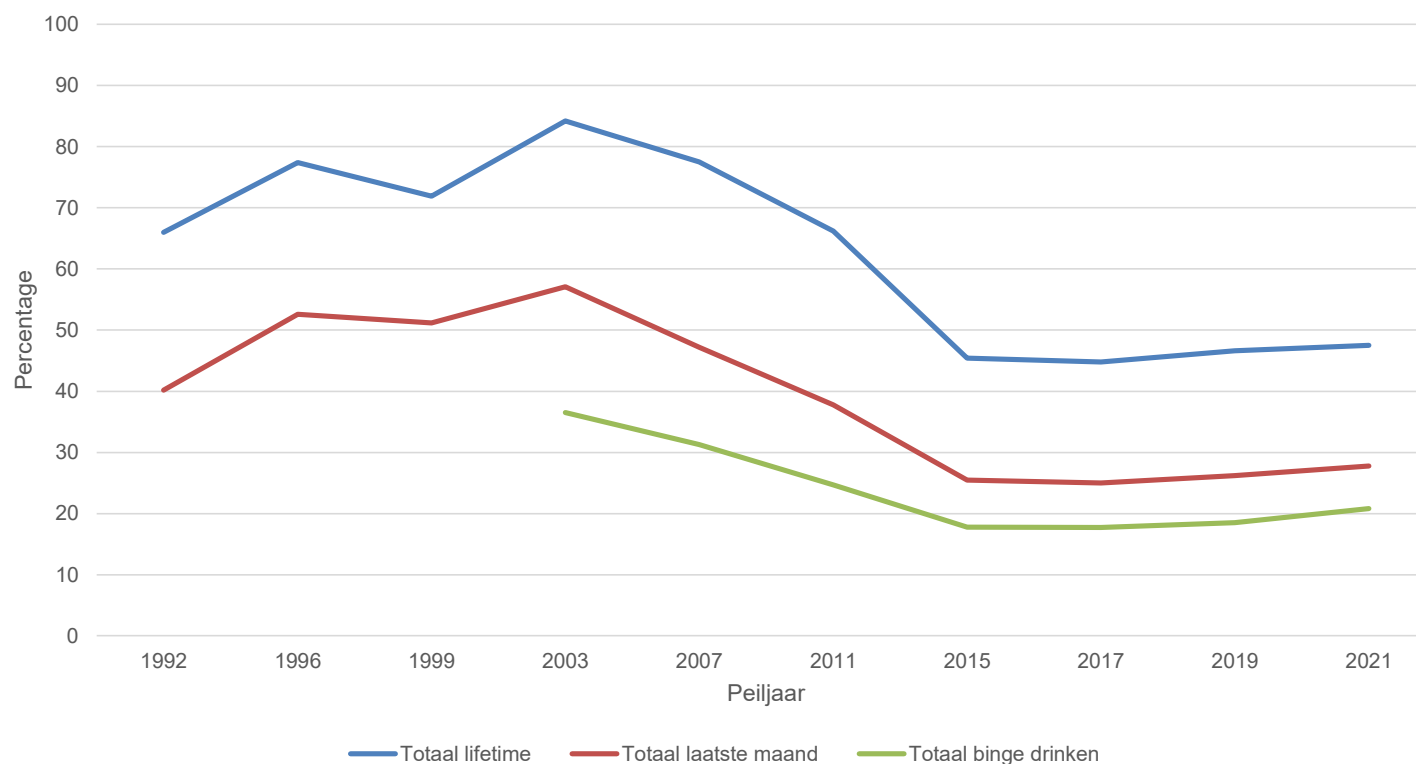
- Analyseren wat 30 jaar alcoholbeleid onze jongeren heeft gebracht
- Mijn geleerde lessen
- Geleerde lessen toepassen op communicatie over drugs en drugsproblematiek
- Wat kunnen we samen leren?

Twée publicaties als uitgangspunt

- Van de jaren '90 tot nu. Wat heeft 30 jaar alcoholbeleid onze jongeren gebracht?
- Drugsontmoediging: een communityopgave (samen met Pieter Tops, aangeboden ter publicatie)



Alcoholgebruik scholieren 12 t/m 16 jaar over de jaren



Analyse van vier beleidsperiodes

- 1992 – 2003: DRANK maakt meer kapot dan je lief is: een appèl op de drinker zelf.
- 2003 – 2011: ouders aan zet: beperken van de sociale beschikbaarheid van alcohol.
- 2011 – 2015: aanscherping van de Drank- en Horecawet (DHW) (vanaf 2021 Alcoholwet): decentralisatie van het toezicht en verhoging van de leeftijdsgrens voor de verkoop naar 18 jaar.
- 2015 – 2021: NIX18 en het Nationaal Preventieakkoord: publiek-private samenwerking

Scholierenonderzoek vanaf 1992 (12 t/m 16 jaar)

- De grafieken beschrijven de resultaten voor ***Lifetime prevalentie alcoholgebruik***: heb je ooit in je leven wel eens alcohol gedronken? Indicatie voor ooit gebruik.
- In de factsheet ook: laatste maand prevalentie (recent gebruik), binge drinken en startleeftijd drinken.

Pijlers van het alcoholbeleid

- Wetgeving (o.a. DHW/Alcoholwet, Wegenverkeerswet en mediawet)
- Accijnzen/prijsbeleid
- Voorlichting en educatie
- Vroegsignalering alcoholproblematiek

Periode 1992 – 2003

- Educatie en voorlichting
 - DRANK maakt meer kapot dan je lief is
 - De gezonde school en genotmiddelen
 - Geniet, maar drink met mate
- Ouders
 - Ouderavonden
- Wetgeving
 - Weinig prioriteit handhaving



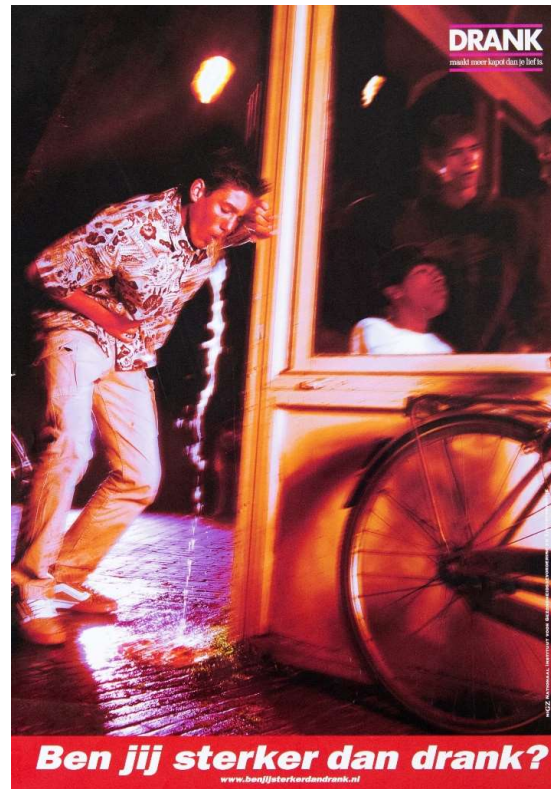
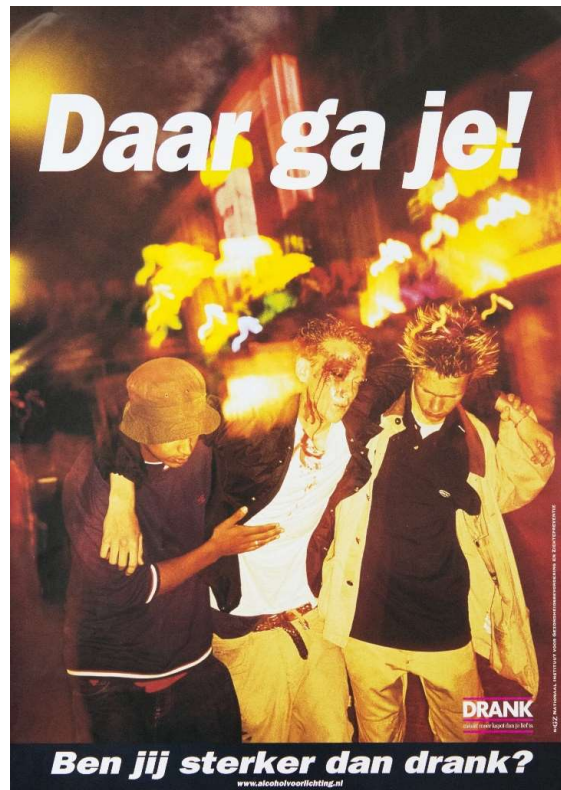
In 1986 ging de campagne "DRANK maakt meer kapot dan je lief is" van start. Staatssecretaris Dees presenteert het campagnelogo. Bron: Nationaal Archief.

1997: Ben jij sterker dan drank?

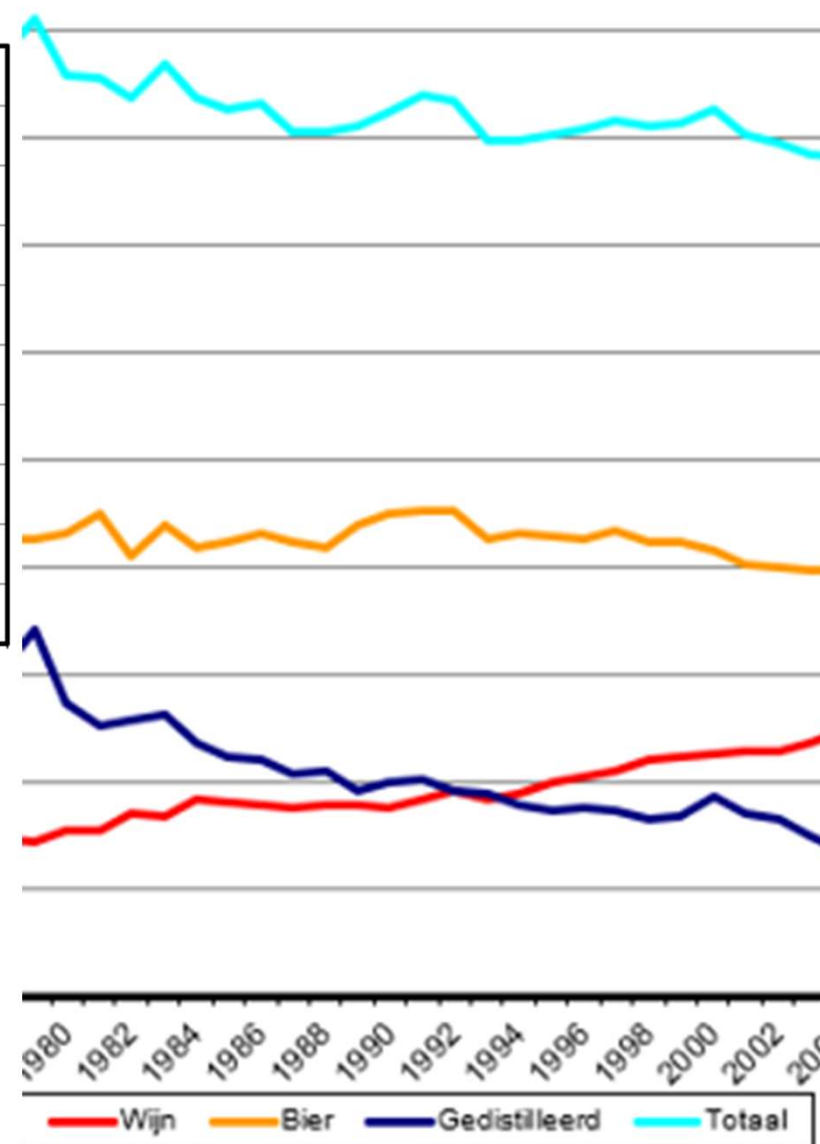
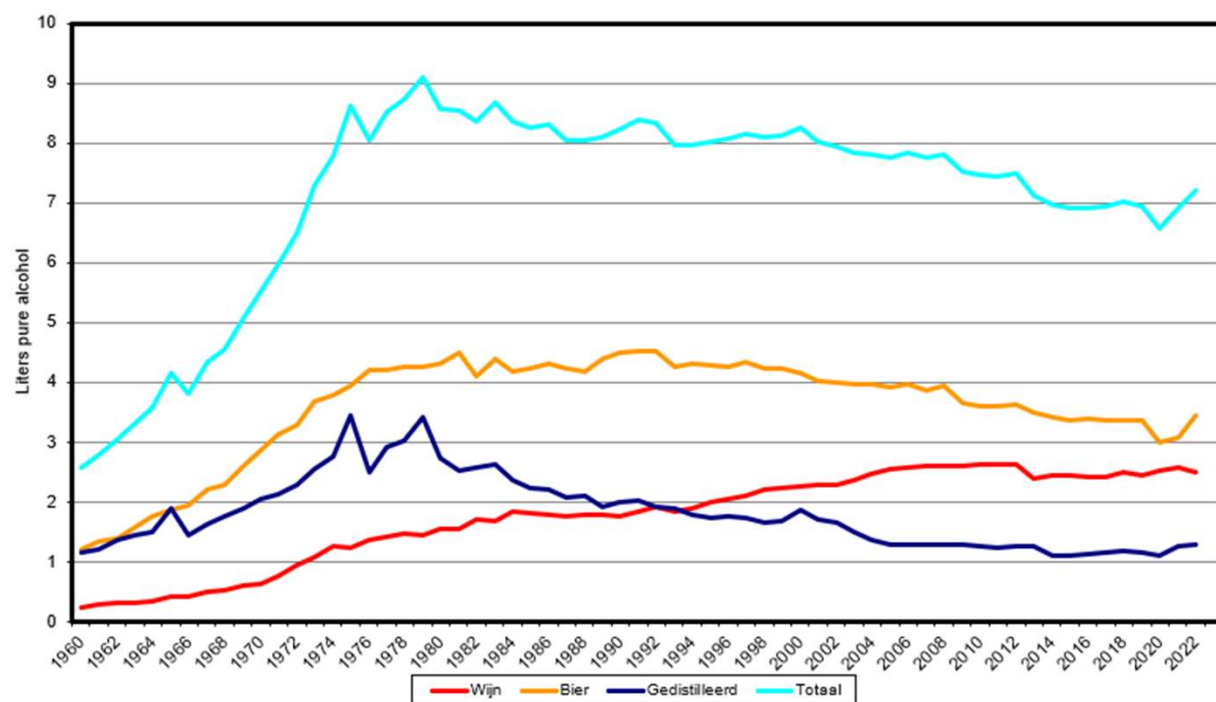


Minister Borst-Eilers van VWS opent in 1997 samen met jongeren de campagne 'Ben jij sterker dan drank?' Deze speciaal op jongeren gerichte campagne vormde een onderdeel van de Postbus-51 campagne "DRANK maakt meer kapot dan je lief is". Bron: ANP.

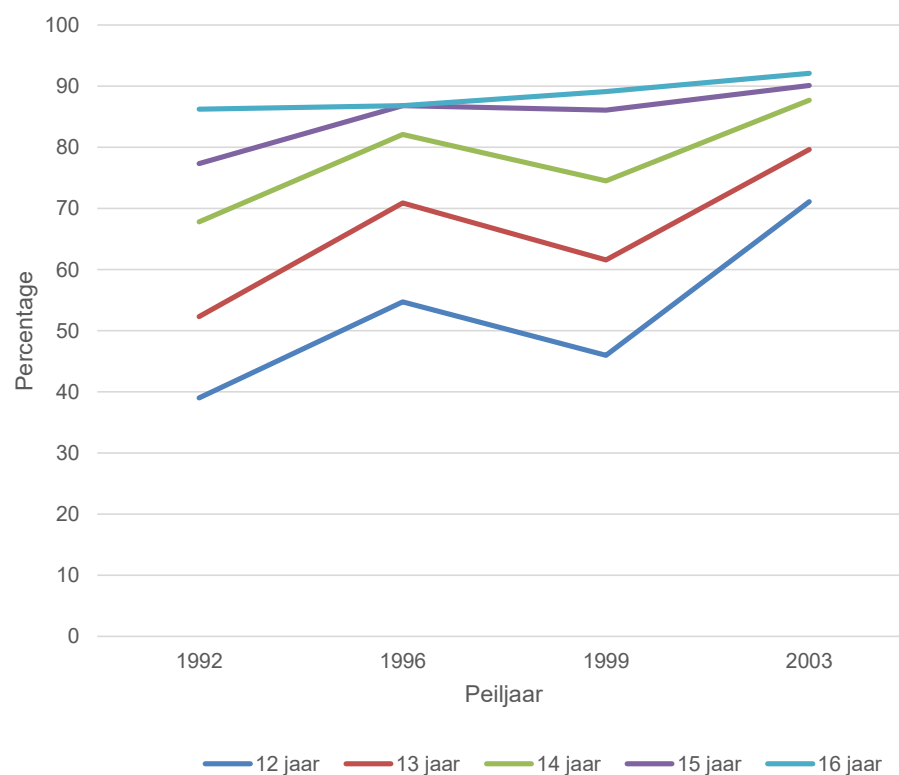
Nog meer *Ben jij sterker dan drank?*



Alcoholconsumptie per Nederlander vanaf 0 jaar, 1960-2022
versie 24 april 2023

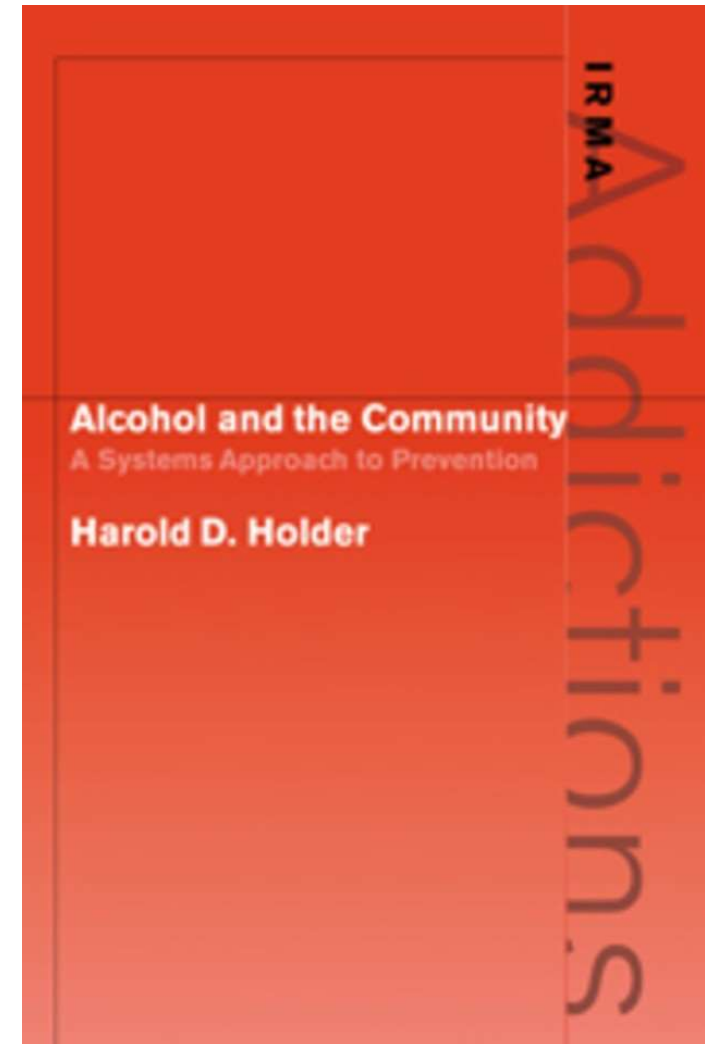


Ooit alcoholgebruik scholieren 12 t/m 16 jaar, periode 1992 - 2003



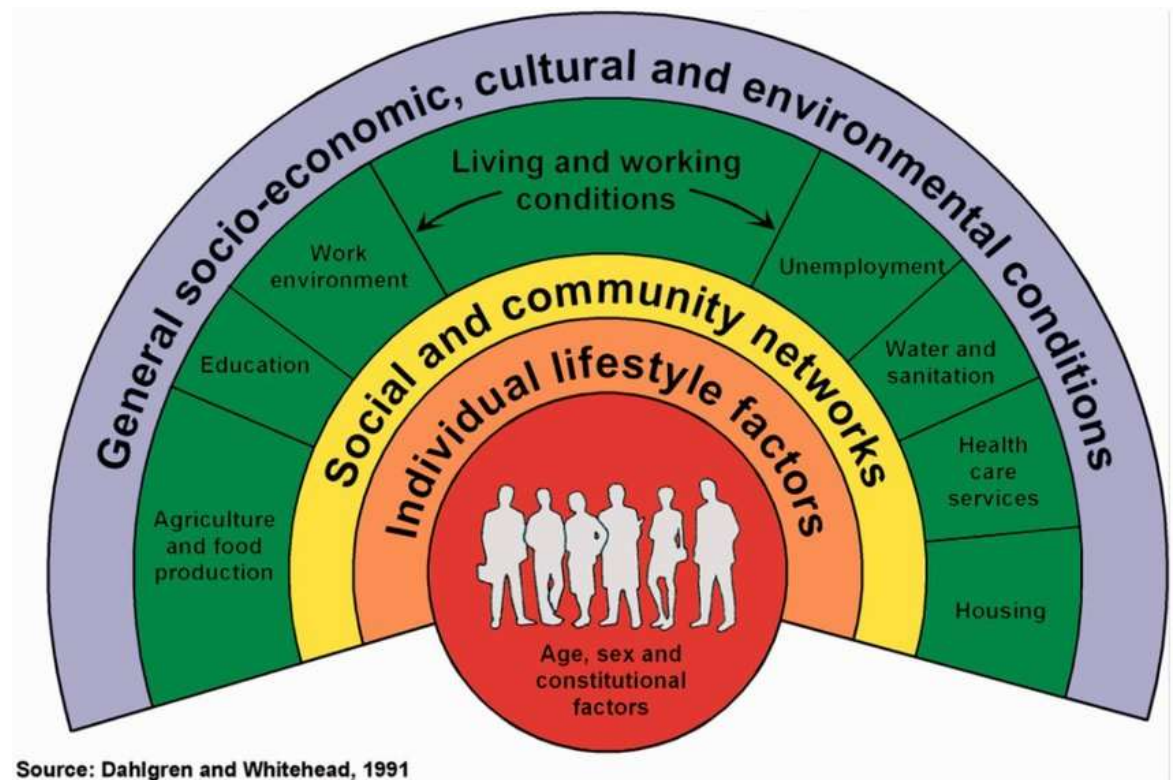
Kritiek op het alcoholbeleid

- Te veel nadruk op het individu → omgevingsaanpak nodig om **Time out gedrag** van jongeren in te perken. Zowel thuis als in publieke settings.
- Te sterke focus op voorlichting en educatie en te weinig op regels en de naleving en handhaving van de wet.



Het systeem

- Individu
- Sociale omgeving
- Sociaal-economische omgeving



Controle van gedrag

- **Zelfcontrole:** doet beroep op de motivatie om de gezonde keuze te maken en op matigheid.
- **Sociale controle:** o.a. ouderlijk toezicht met als doel het beperken van de *sociale beschikbaarheid* van alcohol in privé-situaties.
- **Formele controle:** handhaving van wetgeving met als doel het beperken van de *'retail' beschikbaarheid* van alcohol voor jongeren.

Babor et al: Effectieve preventie kan niet zonder sterke formele controle.

Periode 2003 – 2011: meer focus op omgeving

Spoor 1: Beleid

Het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP gaat van start.

- Focus op de wet als preventie-instrument. Door naleving van de wet is veel winst te behalen.
- Eerste aanzetten voor wetswijzing van de DHW en meer aandacht voor handhaving
- Start van een lobby om leeftijdsgrens te verhogen

Spoor 2: Ouders

Samenwerking tussen NIGZ/Trimbos-instituut en de onderzoeksgroep van Rutger Engels (***Evidence informed strategie***).

- Oudercampagne
- Onderzoeksprogramma (effect van regels stellen, PAS-interventie, etc).

Focus campagne verlegd naar ouders



Posters van de campagne Voorkom alcoholschade bij uw opgroeiende kind. Bron: Trimbos-instituut.

Werkt *Fear appeal*?

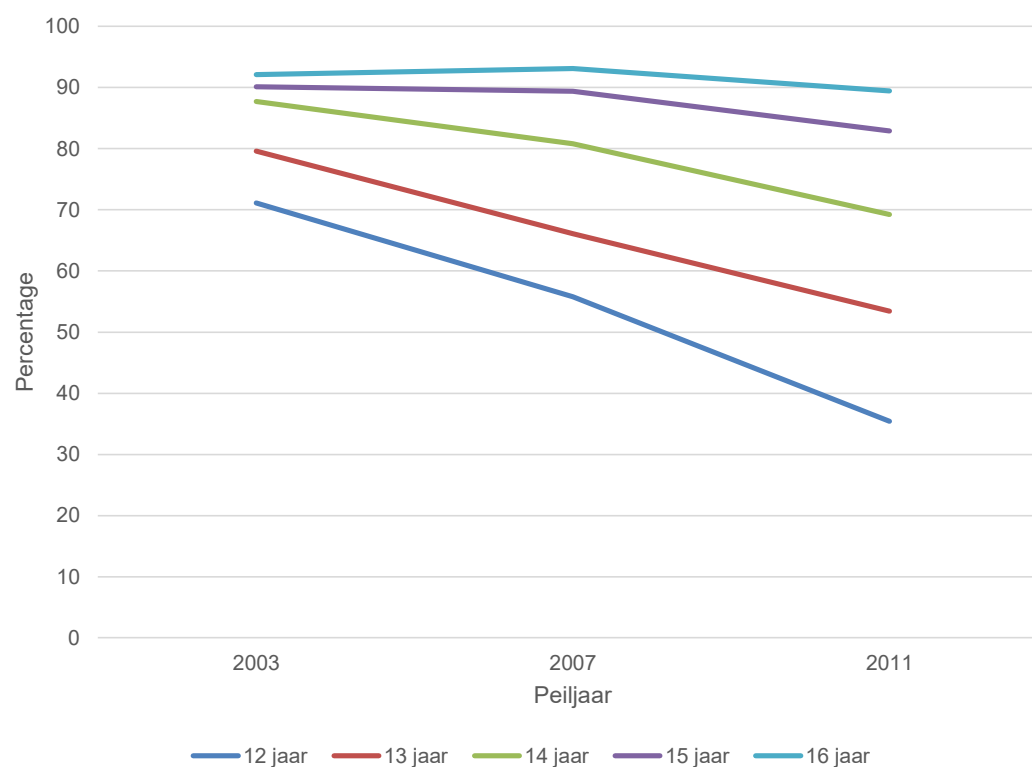
Meta-analyse van Tannebaum et al (2015):

"Overall, we conclude that (a) fear appeals are effective at positively influencing attitude, intentions, and behaviors, (b) there are very few circumstances under which they are not effective, and (c) there are no identified circumstances under which they backfire and lead to undesirable outcomes."

Fear appeal aanpak kan werken als:

- Als er een serieuze (persoonlijke) dreiging is
- Iemand in staat is om het gedrag te veranderen
- Er een effectieve oplossing is

Ooit alcoholgebruik scholieren 12 t/m 16 jaar

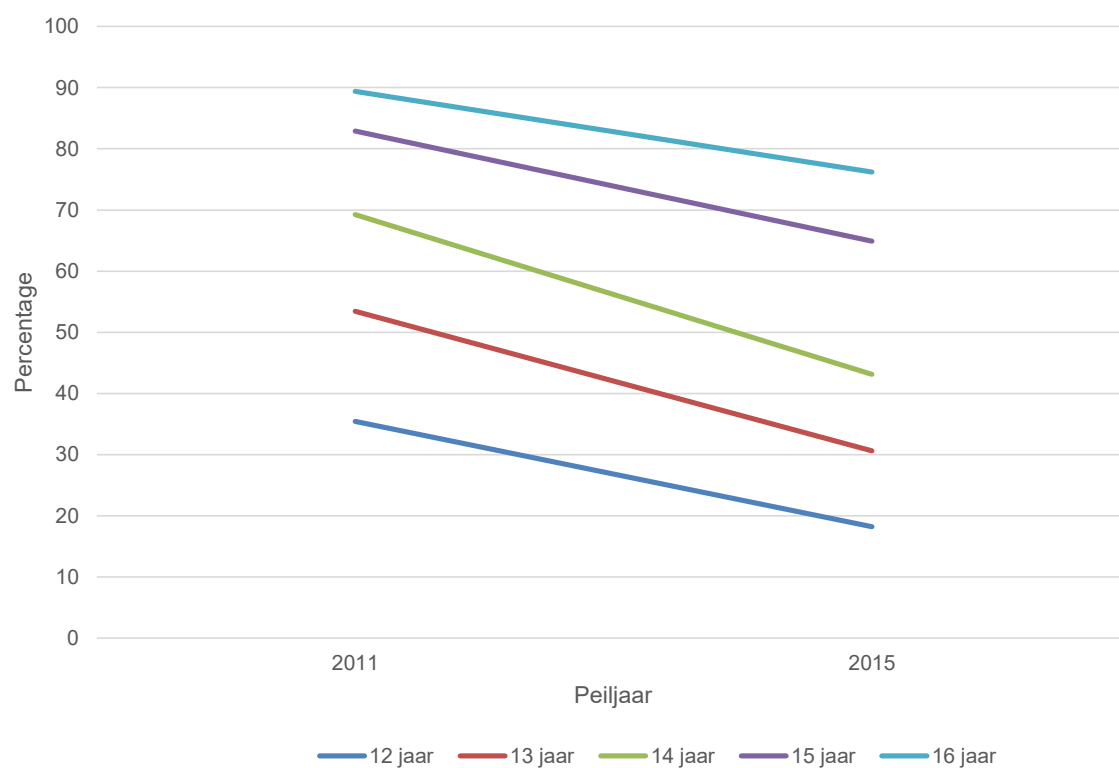


Periode 2011 – 2015: aanpassing van de DHW

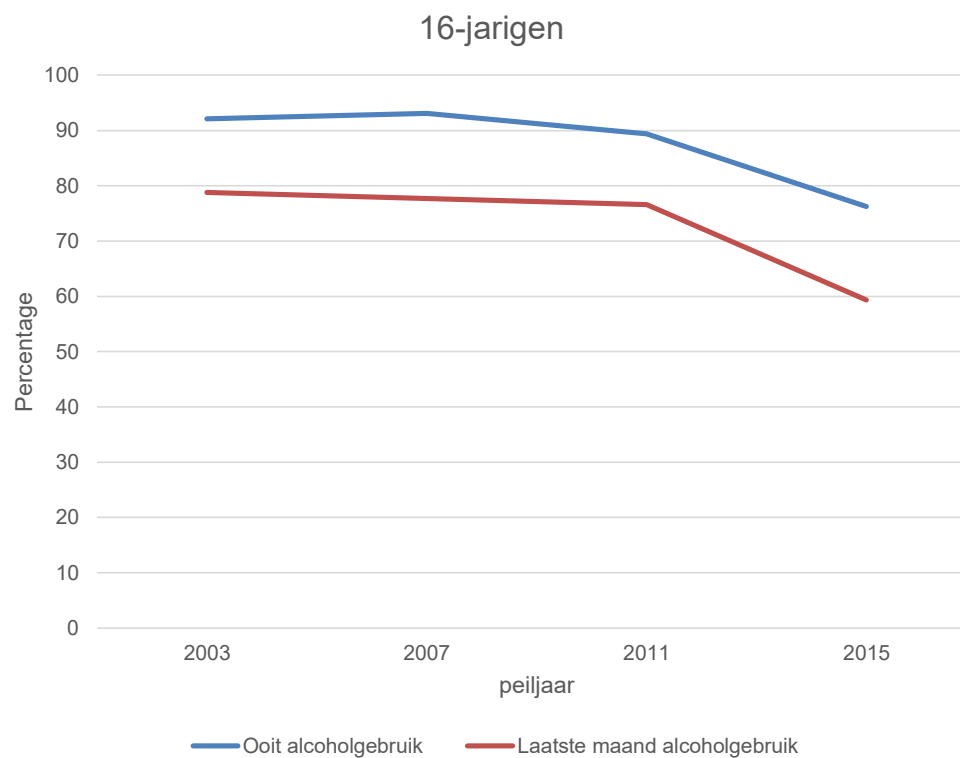
- Decentralisatie toezicht naar gemeenten
- Meer bevoegdheden voor de burgemeester
- Boete minderjarigen voor in bezit hebben alcohol
- Initiatiefwet van de kamer: verhoging van de leeftijdsgrens van 16 naar 18 jaar (2014).
- Maar ook *rücksichtslose* afschaffing van de landelijke leefstijlcampagnes (ZonMw) door kabinet Rutte I (Edith Schippers).



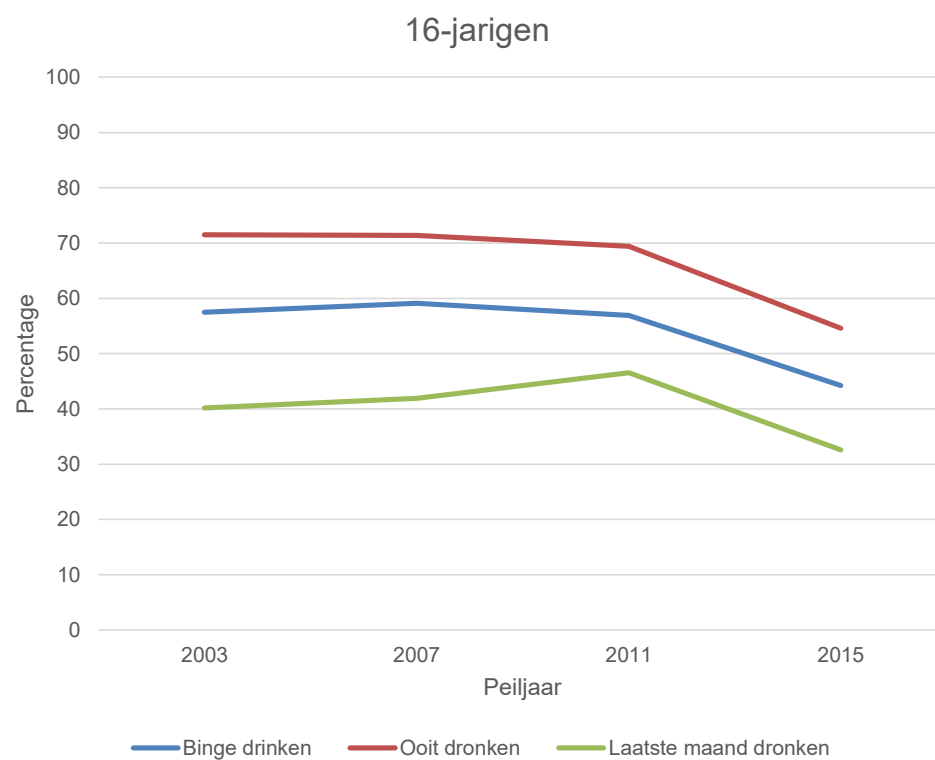
Ooit alcoholgebruik scholieren 12 t/m 16 jaar



Inzoomen op 16-jarigen



Binge drinken en dronkenschap 16-jarigen

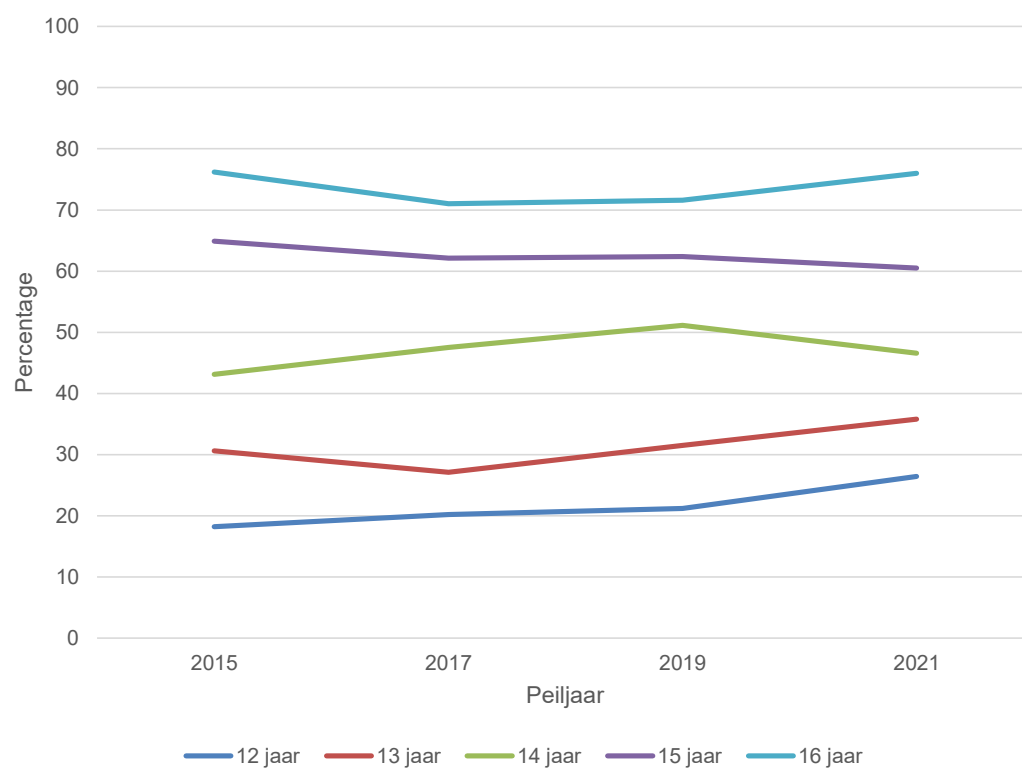


Periode 2015 -2021: publiek-private samenwerking

- Lange termijn inzet NIX18
- Nationaal preventieakkoord



Ooit alcoholgebruik scholieren 12 t/m 16 jaar



Regels stellen ouders is veranderd

2007: 50 procent van de ouders stelt strenge alcoholregels thuis

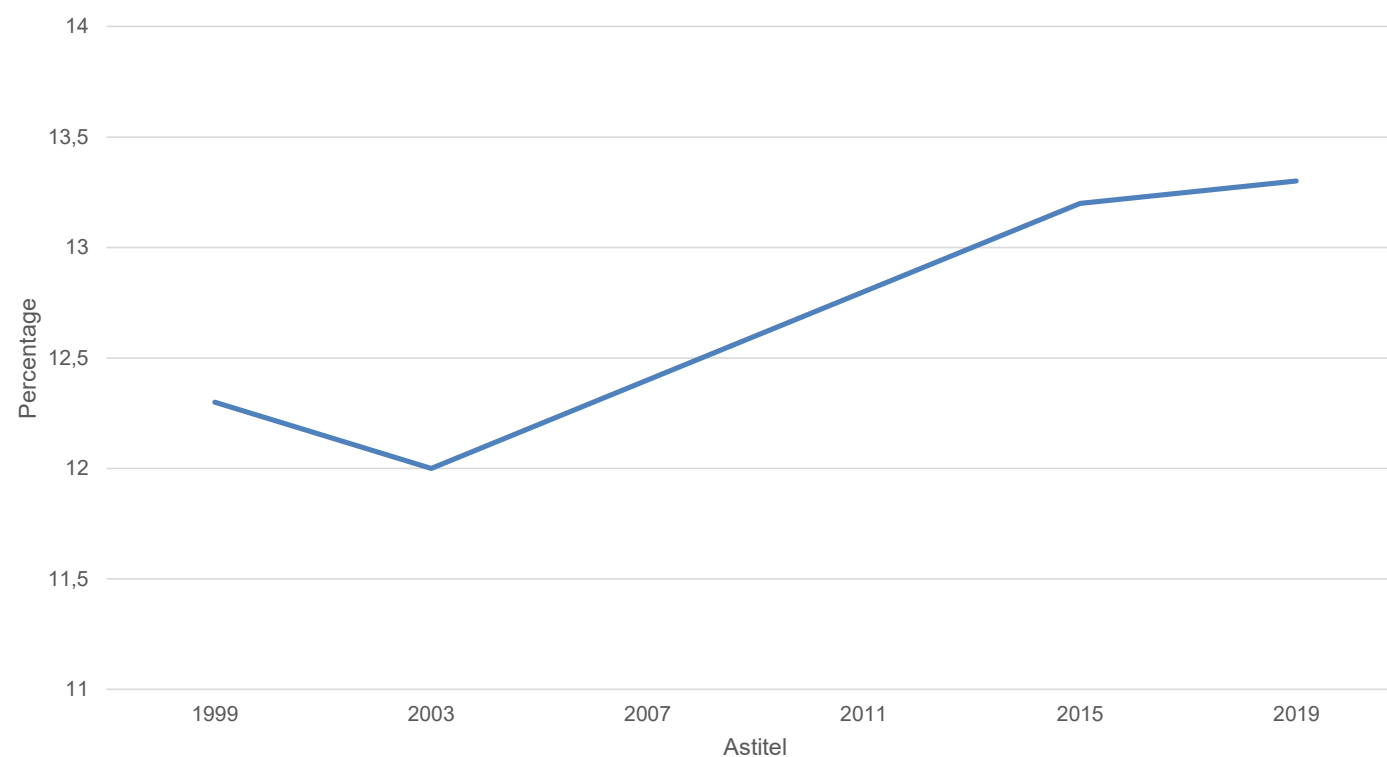
2013: 69 procent van de ouders stelt strenge alcoholregels thuis

2015: 77 procent van de ouders stelt strenge alcoholregels thuis

Percentages ID-vraag en Naleving (15 jarige testkopers).

	ID-vraag	Naleving
2011	43,9%	28,2%
2013	54,1%	46,5%
2014	61,5%	55,7%
2016	77,4%	73,9%

Startleeftijd alcoholgebruik (age of onset)



Conclusies 30 jaar alcoholbeleid gericht op jongeren

- Door het accent te verleggen van individu naar omgeving heeft de alcoholpreventiepraktijk een enorme verandering teweeg gebracht.
- Doordat ouders strenger zijn geworden is de sociale beschikbaarheid van alcohol afgenomen en de startleeftijd gestegen. Het is minder normaal geworden dat jonge adolescenten (12 t/m 14 jaar) alcohol drinken.
- Door betere handhaving en de leeftijdsverhoging van 16 naar 18 jaar is de 'retail-availability' voor 15 en 16-jarigen afgenomen.
- We zien al een aantal jaren geen veranderingen in het alcoholgebruik van jongeren. Er lijkt eerder sprake van een toename van alcoholgebruik dan een afname.

Wat heb ik geleerd in al die jaren?

- Preventie is een verantwoordelijkheid van de community (het systeem). Zet **ook in** op sociale en formele controle en niet alleen op zelfcontrole.
- Werk *evidence informed* (met praktijkwerkers en onderzoekers) en leer van je fouten (door te monitoren).
- Communicatie is een belangrijk onderdeel van preventie, met als doelen:
 - Bewustwording van de schadelijkheid voor individu en omgeving
 - Het communiceren van de norm is belangrijk: agendasetting beleid
 - Het bewustmaken van het belang van regels en deze regels toepassen
- Communicatie mag best hard en duidelijk zijn
- Richt je bij het communiceren van normen en regels op het hele systeem en niet alleen op risicogroepen.

Denormaliseren van drugsgebruik en de communicatie hierover: aanbevelingen (1)

1. Speel met communicatie in op reële dreigingen voor het systeem en bied perspectief,
2. maak ontmoediging van drugsgebruik de centrale norm van het drugsbeleid en draag deze norm duidelijk en consequent uit,
3. zet in op een (landelijke) bewustwordings- en normcampagne gericht op de schade van drugs voor het hele systeem (inclusief de gebruiker) die niet polariserend en stigmatiserend werkt,

Denormaliseren van drugsgebruik en de communicatie hierover: aanbevelingen (2)

4. richt de communicatie op systeempartners die de norm gaan uitdragen,
5. maak een eigen lokaal verhaal op basis van lokale feiten en werk dit met toonaangevende stakeholders uit de community uit in een media-advocacy strategie,
6. leg het accent op huisregels en consequenties in de communicatie naar (potentiële) drugsgebruikers.

Wat kan drugspreventie volgens jullie leren van alcoholpreventie?

Contact

Lex Lemmers

Trimbos-instituut

llemmers@trimbos.nl