



Jugend kaart

GEÏNITIEERD DOOR OBJECTIEF

REGIO GOOI EN
VECHTSTREEK 2019



Het gebruik van alcohol door jongeren brengt gezondheidsrisico's met zich mee, met vaak ernstige, onomkeerbare gevolgen. Alcoholgebruik heeft gevolgen voor de ontwikkeling van het brein, maar vergroot ook de kans op verkeersongevallen, letselschade, geweld (waaronder ook seksueel geweld) en onveilig vrijen. Jongeren die (veel) drinken zijn vaker bij deze vormen van riskant gedrag betrokken.

Al jaren wordt in de regio Gooi en Vechtstreek mysteryshoponderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek biedt aanknopingspunten voor de inzet van het toezicht in de regio. Bij het mysteryshop-onderzoek wordt uitgegaan van een selectie van hotspots waarvan verwacht wordt dat jongeren hier veel alcohol kopen. Door het verkrijgen van beter inzicht in deze hotspots en de wijze waarop zij NIX18 naleven, kan het toezicht effectiever worden ingezet.

In mei 2019 ging het Jeugdkaartteam de straat op om jongeren uit de regio Gooi & Vechtstreek (16/17 jaar oud) te vragen naar hun drankgebruik. In een interview werden aan de hand van een vragenlijst onder andere de commerciële beschikbaarheid en sociale beschikbaarheid van alcohol indirect uitgevraagd. Aanvullend zijn er vragen over wederverstrekking opgenomen. De interviews werden één-op-één afgenomen. De resultaten van dit praktijkonderzoek leveren de volgende inzichten op:

- ◆ Een ranking door jongeren van de verschillende verkoopkanalen (sectoren) op populariteit voor aankoop pogingen en het volume per poging. Deze informatie kan de gemeenten helpen de sectoren te prioriteren.
- ◆ Inzicht in welke specifieke locaties populair zijn onder jongeren om alcohol te kopen. Deze locaties zijn als bijlage opgeleverd middels hotspotlijsten.
- ◆ Aanvullende inzichten over het alcoholgebruik van jongeren, die helpen de leefwereld van jongeren beter te begrijpen.

Dit Jeugdkaartonderzoek werd uitgevoerd in opdracht van de gemeenten en GGD uit de regio Gooi en Vechtstreek. Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau Objectief.

Om een goed beeld te krijgen van de hotspots in de regio en de leefwereld van jongeren rondom alcoholgebruik, is berekend dat minimaal 143 jongeren benaderd zouden moeten worden voor het onderzoek.

Voor een evenwichtig beeld is het aantal deelnemers verspreid over de verschillende gemeenten. Bij deze spreiding is het aantal jongeren dat in deze gemeenten woont in acht genomen.

In overleg met sleutelfiguren per gemeente (wijkagenten, jongerenwerkers), zijn per gemeente locaties bepaald om jongeren te interviewen (scholen, supermarkten, parken, hangplekken). Gedurende negen interviewdagen navigeerde het Jeugdkaartteam door de gemeenten in Gooi & Vechtstreek. Uiteindelijk hebben 163 jongeren deelgenomen aan het onderzoek.

Van de 163 gesproken jongeren is 42% meisje en 58% jongen.

Gemeente	Blaricum	Gooise Meren	Hilversum	Huizen	Laren	Weesp	Wijdmeren
Aantal gesproken jongeren	16	35	33	26	15	18	20

Deze tabel geeft een weergave van het aantal jongeren dat per gemeente deelnam aan het onderzoek.

Leeftijd	16	17
Aantal gesproken jongeren	98	65

Deze tabel geeft de spreiding van leeftijd weer.

Opleidingsniveau	vmbo	havo	vwo	mbo	onbekend
Aantal gesproken jongeren	44	54	50	11	4

Deze tabel geeft het opleidingsniveau van de jongeren weer.

Niet alle vragen zijn door de totale steekproef (n=163 jongeren) beantwoord. Hiervoor zijn twee redenen:

📍 **Er is sprake van een voorwaardelijkheid in de vraagopbouw in het interview.**

Dit betekent dat het antwoord op een eerdere vraag bepaalt of een vervolgvraag wel of niet gesteld wordt. In dit geval wordt bij de rapportage van de betreffende vraag in een voetnoot uitgelegd van welke voorwaarde er sprake is.

📍 **Er is geen (duidelijk) antwoord geregistreerd.**

Door de dynamische aanpak die het Jeugdkaartteam hanteert in de gesprekken met jongeren, komt het in enkele gevallen voor dat niet de gehele vragenlijst kon worden ingevuld.

Vragen naar alcoholgebruik bij jongeren kan leiden tot sociaal wenselijke antwoorden. Om de kans op sociaal wenselijke antwoorden te verkleinen, is gebruik gemaakt van projectievragen. Met projectievragen wordt gevraagd naar het gedrag van vergelijkbare anderen. Uit gedragspsychologisch onderzoek blijkt dat door niet naar het eigen gedrag, maar naar gedrag van anderen te vragen, het makkelijker is voor mensen om eerlijk te antwoorden. Zo hoeven zij niet letterlijk over zichzelf te praten, maar antwoorden ze onbewust wel vanuit hun eigen referentiekader.^{1,2}

Voorbeeld van een projectievraag over drankgebruik:

“Hoe vaak per maand denk je dat 16-jarigen uit jouw gemeente alcohol drinken?”

1. Edwards, A. L. (1957). The social desirability variable in personality assessment and research. New York: Dryden Press.

2. Lietz, P. (2010). Research into questionnaire design: a summary of the literature. International Journal of Market Research, 52(2), 249-272.

Hoeveel leeftijdsgenoten hebben wel eens alcohol gedronken? ($n=163$)

87.8%

Hoeveel leeftijdsgenoten hebben de afgelopen maand gedronken? ($n=163$)

75.4%

Hoe vaak per maand drinken leeftijdsgenoten gemiddeld alcohol? ($n=162$)

4.2

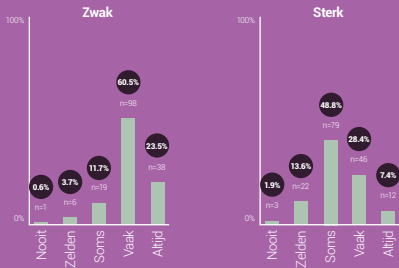
Hoeveel glazen alcohol drinken leeftijdsgenoten gemiddeld per keer? ($n=162$)

6.2

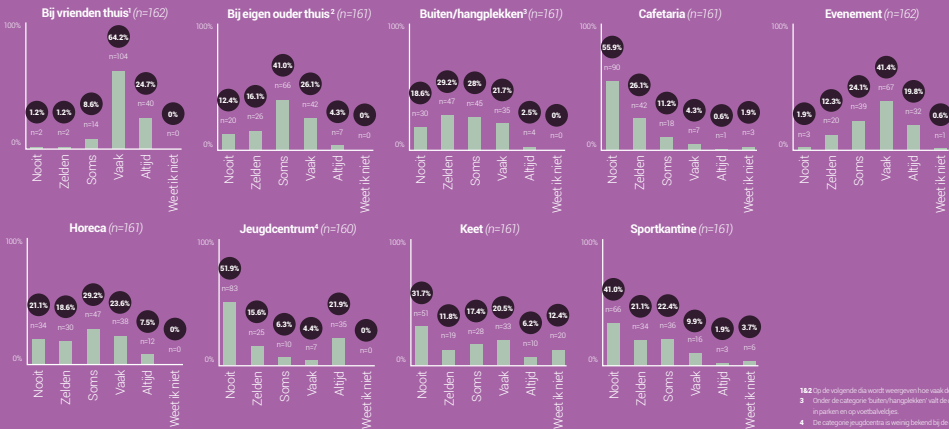
Hoeveel leeftijdsgenoten drinken wel eens sterke drank? ($n=162$)

64.5%

Hoever vaak drinken leeftijdsgenoten zwakke en sterke drank? (n=162)



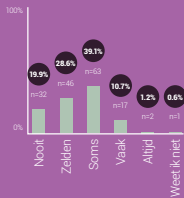
Hoe vaak drinken leeftijdsgenoten op de volgende locaties?



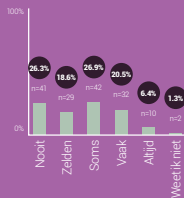
1. Op de volgende dia wordt weergegeven hoe vaak de ouders dan thuis zijn.
 2. Onder de categorie 'buiten/hangplekken' valt de openbare ruimte, zoals hangplekken in parken en op voetbalvelden.
 3. De categorie jeugdcentra is weinig bekend bij de gesproken jongeren.

Hoe vaak zijn er ouders aanwezig?

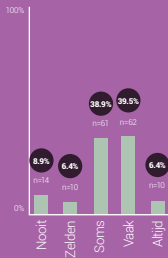
Drinken bij vrienden thuis (n=161)



Drinken bij eigen ouders thuis (n=156)



Drink je zelf wel eens? (n=157)



Heb je de afgelopen maand gedronken? ($n=157$)

80.3%

Hoeveel leeftijdsgenoten proberen zelf wel eens alcohol te kopen? (n=161)

33.0%

Hoeveel leeftijdsgenoten die alcohol proberen te kopen worden dan naar hun ID gevraagd? (n=161)

76.3%

Hoe reageren deze leeftijdsgenoten op de vraag naar ID? ($n=125$)¹. Deze tabel geeft een ranking weer van de aankoopstrategieën die jongeren gebruiken wanneer zij naar hun ID worden gevraagd.

Ranking 1 = meest 6 = minst	Aankoopstrategieën	
1	Ze zeggen dat ze geen ID bij zich hebben	48.0%
2	Ze tonen een ID van een oudere bekende	14.4%
3	Ze tonen een vervalst ID	12.0%
4	Ze zeggen dat ze minderjarig zijn en staken de aankoop	8.8%
5	Ze zeggen dat ze minderjarig zijn en staken de aankoop	8.8%
6	Anders ²	8.0%

1. Bij de voorgaande vragen gaven 33 van de 161 jongeren aan dat niemand van hun leeftijd alcohol probeert te kopen, of dit wel doen maar hierbij nooit naar ID gevraagd worden. Aan die 33 jongeren hebben we deze vraag niet gesteld. 2. Bijvoorbeeld: ze zeggen dat ze 25 jaar zijn.

In de tabel op de volgende pagina is in kaart gebracht welke sector(en) de meeste prioriteit verdienen in de regio Gooi en Vechtstreek. Hierbij hebben de jongeren per sector aangegeven hoe vaak hun leeftijdsgenoten er alcohol proberen te kopen. Dit noemen we de *subjectieve ranking*. Vervolgens hebben de jongeren geantwoord hoe vaak het lukt om de alcohol te kopen. Dit noemen we de *subjectieve slagingskans*. Tenslotte hebben de jongeren de aangegeven hoeveel alcohol die hun leeftijdsgenoten per keer proberen te kopen. Dit noemen we het *volume*. Door deze rankings te combineren, worden de sectoren geprioriteerd.

In deze tabel¹ combineren we de subjectieve slagingskans met de subjectieve ranking en het volume. Voor de prioriteitsberekening maken we gebruik van de volgende rekensom: subjectieve slagingskans x (subjectieve ranking + volume) = prioriteit.

Ranking 1 = meest 7 = minst	Subjectieve Ranking Waar gaan leeftijdsgenoten het meeste naartoe om alcohol te kopen?	Subjectieve slagingskans Waar lukt het jongeren het vaakst om alcohol mee te krijgen?	Volume Waar kopen leeftijdsgenoten de grootste hoeveelheid alcohol per bezoek?	Prioriteit Welke sectoren hebben de grootste prioriteit?
1	Evenement 3.0	Evenement 2.7	Evenement 3.0	Evenement 16.1
2	Horeca 2.3	Horeca 2.1	Horeca 2.3	Horeca 9.5
3	Supermarkt 1.9	Sportkantine 1.9	Supermarkt 2.3	Supermarkt 6.4
4	Sportkantine 1.6	Jeugdcentrum 1.8	Sportkantine 1.7	Sportkantine 6.2
5	Cafetaria 1.5	Cafetaria 1.7	Cafetaria 1.7	Cafetaria 5.5
6	Slijterij 0.8	Supermarkt 1.5	Slijterij 1.4	Jeugdcentrum 3.3
7	Jeugdcentrum 0.8	Slijterij 1.3	Jeugdcentrum 1.0	Slijterij 2.7

1. In de tabel staan afgeronde getallen weergegeven. Bij de berekening is gebruik gemaakt van de niet afgeronde getallen.

Populaire momenten om alcohol te kopen of drinken

De onderstaande tabel¹ geeft weer wanneer jongeren alcohol kopen of drinken. Je ziet dat jongeren aan-
geven voornamelijk op vrijdag- en zaterdag alcohol te kopen, vanaf de middag met nadruk op de avond.

	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag	Ochtend	Middag	Avond
Cafetaria		X	X				X
Horeca		XXX	XXX				XXX
Jongerecentra							
Slijterij							
Sportkantines	X		X			X	X
Supermarkten		XX	XX	X	X	XX	XX

X = 5 tot 10 keer een zaak in deze categorie genoemd

XX = 11 tot 20 keer een zaak in deze categorie genoemd

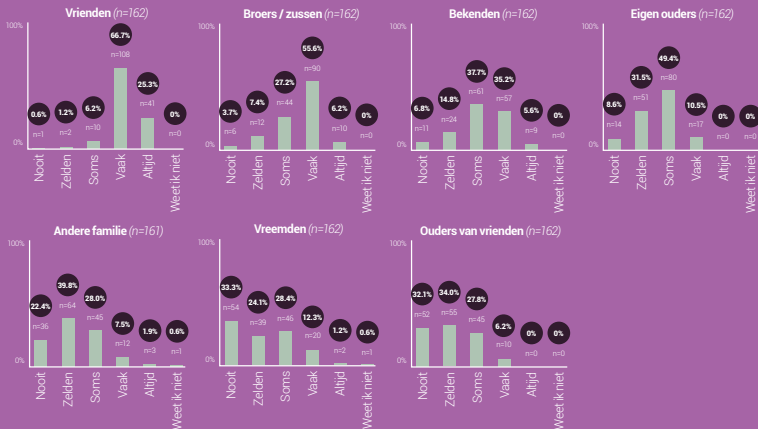
XXX = meer dan 20 keer een zaak in deze categorie genoemd

¹. De sector evenementen is niet opgenomen in deze tabel omdat evenementen gebonden zijn aan specifieke dagen

Hoeveel leeftijdsgenoten krijgen wel eens alcohol van anderen? ($n=162$)

72.7%

Van wie krijgen leeftijdsgenoten wel eens alcohol? (n=162)



Bij hoeveel leeftijdsgenoten is alcohol thuis beschikbaar voor eigen gebruik? ($n=162$)

54.4%

Hoeveel leeftijdsgenoten vragen wel eens aan anderen om alcohol voor ze te kopen? ($n=155$)

73.6%

Wat betalen leeftijdsgenoten voor alcohol die iemand anders voor ze koopt? ($n=151$)

Deze tabel geeft een ranking weer voor wat jongeren betalen als zij aan anderen vragen om alcohol voor hen te kopen.

Ranking	Betaling
1 = meest genoemd 4 = minst genoemd	
1	Het bedrag dat de alcohol kost 69.8%
2	Meer dan dat de alcohol kost (gemiddeld €4,26 meer ¹) 21.8%
3	Anders ² 5.2%
4	Niets 3.3%

1. Dit is het gemiddelde van het bedrag dat 27 jongeren noemden.

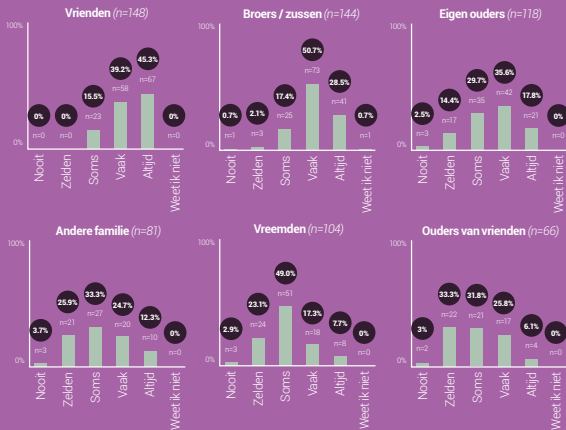
2. Meest genoemd: iets minder dan dan de alcohol kost.



Aan wie zouden leeftijdsgenoten vragen om alcohol voor ze te kopen?



En hoe vaak lukt dat?





Waarom vragen leeftijdsgenoten vrienden om al alcohol voor hen te kopen? (n=140)

Deze tabel geeft een ranking weer van de redenen die jongeren noemen om vrienden te vragen om alcohol voor hen te kopen.

Ranking 1 = meest genoemd 7 = minst genoemd	Redenen vrienden	
1	Omdat de kans groot is dat ze het doen	28.6%
2	Omdat ze makkelijk te bereiken zijn	21.4%
3	Omdat ze meerderjarig zijn	20.0%
4	Omdat je hen vertrouwt	15.0%
5	Omdat ze je begrijpen	9.3%
6	Omdat deze mensen zelf alcohol kopen	4.3%
7	Omdat je dan anoniem blijft	1.4%



Waarom vragen leeftijdsgenoten broers of zussen om alcohol voor hen te kopen? (n=140)

Deze tabel geeft een ranking weer van de redenen die jongeren noemen om broers of zussen te vragen om alcohol voor hen te kopen.

Ranking 1 = meest genoemd 7 = minst genoemd	Redenen broers/zussen	
1	Omdat de kans groot is dat ze het doen	29.9%
2	Omdat ze makkelijk te bereiken zijn	22.1%
3	Omdat ze meerderjarig zijn	18.9%
4	Omdat je hen vertrouwt	15.8%
5	Omdat ze je begrijpen	10.2%
6	Omdat deze mensen zelf alcohol kopen	1.6%
7	Omdat je dan anoniem blijft	1.6%

Waar vragen ze anderen om alcohol voor hen te kopen?¹ (n=143)

Supermarkt

81.1%

Evenement

66.4%

Horeca

63.2%

Slijterij

47.4%

Sportkantine

28.5%

Cafetaria

18.5%

Jeugdcentra

7.0%

1. Het is belangrijk om te vermelden dat deze vraag tijdens de interviews niet altijd op dezelfde wijze is geïnterpreteerd. Sommige jongeren antwoordden op welke locatie ze iemand benaderen om alcohol voor hen te kopen. Andere jongeren gaven juist aan op welke plekken de alcohol voor hen wordt gekocht, ongeacht op welke locatie de vraag wordt gesteld.

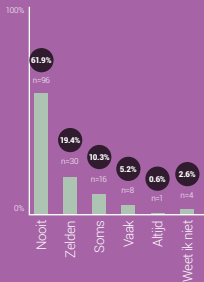
De onderstaande tabel¹ geeft weer wanneer jongeren aan anderen vragen om alcohol voor hen te kopen. Je ziet dat jongeren aangeven voornamelijk op vrijdag en zaterdag dit aan anderen vragen.

	Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag
Cafeteria					XX	XX	
Horeca	X	X	X	X	XXX	XXX	X
Jongerencentra							
Slijterij	X	X	X	XX	XXX	XXX	X
Sportkantines					XX	XX	XX
Supermarkten	XX	XX	XX	XX	XXX	XXX	XX

X = 5 tot 10 keer een zaak in deze categorie genoemd
 XX = 11 tot 20 keer een zaak in deze categorie genoemd
 XXX = meer dan 20 keer een zaak in deze categorie genoemd

¹. De sector evenementen is niet opgenomen in deze tabel omdat evenementen gebonden zijn aan specifieke dagen

Laten jongeren alcohol thuis bezorgen? (n=155)



Quotes van jongeren over de leeftijdsgrens van 18 jaar

- ◉ "Het is niet slim, want jongeren vinden het spannend/leuker omdat het niet mag en drinken meer sterk omdat het dan toch niet meer uitmaakt qua leeftijdsgrens."
- ◉ "Jammer. Het is goed omdat het is slecht voor je hersenen, maar je wil het graag uitproberen."
- ◉ "Goed, ik zie er geen voordeel in om alcohol te drinken want het is slecht voor je. Het neemt veel risico's met zich mee."
- ◉ "Slecht, wanneer vanaf 16 jaar alleen bier en wijn legaal wordt gemaakt dan zal er minder sterke drank worden gedronken."
- ◉ "Ik vind dat het naar 16 moet. Nu is de overgang van op kamers gaan, studeren en drinken erg groot."
- ◉ "Goede regels. Als het mag van je ouders moet het geen probleem zijn."
- ◉ "Het is een goede regel, want alcohol is slecht voor je. Maar mensen komen er toch wel aan. Bij 16 jaar bier/wijn mogen kopen is beter."

Naast de vastgestelde interviewvragen, hebben jongeren in de interviews een aantal keer spontaan diverse onderwerpen benoemd. De volgende onderwerpen waren hierbij opvallend:

- 📍 In de horeca en bij evenementen kunnen jongeren soms makkelijk een 18+ bandje pakken.
- 📍 Jongeren kopen via zogenaamde Wodkaboy's alcohol.
- 📍 Via the Magic Couple kopen jongeren softdrugs en lachgas.

Volgens 16-17 jarigen:

- 📍 Heeft 75.4% van hun leeftijdsgenoten de afgelopen maand alcohol gedronken.
- 📍 Drinken leeftijdsgenoten het vaakst bij respectievelijk vrienden thuis, evenementen, bij eigen ouders thuis of in de horeca.
- 📍 Probeert 33% van hun leeftijdsgenoten wel eens zelf alcohol te kopen.
- 📍 Krijgt 72.7% van hun leeftijdsgenoten wel eens alcohol van anderen.
- 📍 Is er bij 54.4% van hun leeftijdsgenoten alcohol thuis beschikbaar voor eigen gebruik.

In de weekenden proberen jongeren het vaakst alcohol te kopen. Op basis van de resultaten van het onderzoek, zou de hoogste prioriteit voor het toezicht moeten liggen op de weekendavonden bij respectievelijk evenementen, horeca en de supermarkt.



Jeugd kaart

GEÏNITIEERD DOOR OBJECTIEF

WWW.JEUGDKAART.NL
INFO@JEUGDKAART.NL