

Gerechtelijke procedures moeten 'dwalende' gemeentes tot orde roepen

Gemeentes die de winkeltijdenwet aan hun laars lappen. Gemeentes die ten onrechte vergunningen afgeven voor het ondernemen van detailhandelsactiviteiten op industrieterreinen. Gemeentes die niet optreden tegen illegale wijnproeverijen met aansluitende flesverkopen in boekwinkels. Gemeentes die niet optreden tegen illegale verkoop van gedistilleerd op braderieën, (jaar)markten en internetshops, binnen hun gemeentegrenzen en ga zo maar door. En de landelijke overheid?... die staat erbij, kijkt ernaar en heft nu en dan vermanend het vingertje. Maar van sanctionerend optreden naar die gemeentes valt weinig of niets te merken. Dat belooft nog wat met de overdracht van controle en handhaving van de Drink- en Horecawet van de nVWA naar de gemeentes zelf in het verschiet.

Procederen kun je niet eindeloos volhouden. Met name vanwege de daarmee samenhangende kosten. Toch dienen zich ook nu weer zaken aan, waarbij niet-procederen het risico met zich brengt van een zodanige precedentwerking, dat er in feite een 'bom' wordt gelegd onder de huidige beperkingen die zijn vastgelegd voor de verkoop van (sterk) alcoholhoudende dranken in de Drink- en Horecawet. Duidelijkere en voor slechts één uitleg vatbare wetformuleringen ten aanzien van een aantal zaken die verband houden met de verkoop van alcoholhoudende dranken voor thuisverbruik zouden wat dat betreft zaken kunnen vergemakkelijken. Het heeft er nu alle schijn van dat er ambtenaren aan het werk zijn bij gemeentes, die de wetgeving ter zake heel slecht of slechts gedeeltelijk kennen en daardoor vergunningen afgeven die strijdig zijn met de wet en die de positie van bijvoorbeeld slijters in gevaar kunnen brengen.

SCHIJNDEL SCHRIJNEND

Neem nu de gemeente Schijndel. Al maanden loopt er een discussie tussen deze gemeente en de Koninklijke SlijtersUnie over de verkoop van sterke drank door een webwinkel die gevestigd is op een industrieterrein en die zelfs een slijtervergunning daarvoor heeft gekregen van de gemeente. In antwoord op vragen van de SlijtersUnie geeft de onderne-

ming in kwestie, La Sensazione.com BV aan, dat de locatie op het industrieterrein (Lorentzweg 1) niet wordt gebruikt voor detailhandeldoelstellingen. 'Echter', zo constateert de SlijtersUnie 'in uw webwinkel worden sterk-alcoholische dranken te koop aangeboden. De verkoop van sterk-alcoholische dranken in een webwinkel is op grond van de Drink- en Horecawetgeving slechts toegestaan indien een ondernemer een slijtersbedrijf heeft. Slechts aan een slijtersbedrijf zal een vergunning als bedoeld in artikel 3 van de Drink- en Horecawet worden verleend. Aan uw onderneming is een vergunning als bedoeld in artikel 3 van de Drink- en Horecawet verleend. Uw onderneming kan derhalve op grond van de Drink- en Horecawetgeving worden gekwalificeerd als een slijtersbedrijf. Een slijtersbedrijf is per definitie detailhandel. Ik verwijs u naar artikel 1 van de Drink- en Horecawet. Zoals gesteld blijkt uit het bestemmingsplan Duin III deelplan Oost van de gemeente Schijndel, dat het verboden is om de locatie van uw onderneming te gebruiken voor detailhandeldoelstellingen. U handelt derhalve in strijd met het vigerende bestemmingsplan.

In een memo geeft ook de nVWA aan, 'dat het onmogelijk is een webwinkel voor sterke drank uit te oefenen, zonder een slijtersbedrijf. Uit de definitie van het slijtersbedrijf (zie hiervoor artikel 1 van de Drink- en Hore-

Jaarvergadering pas op 13 september

In tegenstelling tot voorgaande jaren vinden de jaarvergadering van de Koninklijke SlijtersUnie en de finale van de verkiezing van de Slijterij van het Jaar niet plaats in juni, maar op maandag 13 september op de Dranken en Pakket Expo. Het juiste tijdstip volgt nog.

cawet) volgt dat dit niet anders dan detailhandel kan betreffen. De slijtervergunning is afgegeven voor de locatie aan de Lorentzweg 1 te Schijndel. Indien een webwinkel wordt geëxploiteerd, kan dit niet anders dan door uitoefening van de detailhandel op het voormelde perceel en vormt dit dus een overtreding van het bestemmingsplan.'

DEFINITIES

Voor een reactie op die stelling is het volgens de gemeente Schijndel van belang, essentieel te weten welke uitleg aan de begrippen 'slijtersbedrijf' en 'inrichting' moet worden gegeven. De gemeente stelt: 'Op grond van artikel 1, lid 1 moet onder het slijtersbedrijf worden verstaan de activiteit bestaande uit het bedrijfsmatig of anders dan om niet aan particulieren verstrekken van sterke drank voor gebruik elders dan ter plaatse, al dan niet gepaard gaand met het bedrijfsmatig of anders dan om niet aan particulieren verstrekken van zwak alcoholhoudende drank en alcoholvrije drank voor gebruik elders dan ter plaatse. Onder een inrichting wordt verstaan de lokaliteiten waarin het slijtersbedrijf of het horecabedrijf wordt uitgeoefend, met de daarbij behorende terrassen etc. Onder een lokaliteit dient te worden verstaan een besloten ruimte, onderdeel

LEES VERDER OP PAG 3 KLARE TAAL >>



Weg met de likorette en super-premixen bij de supermarkt.

Als de overheid echt iets wil doen om alcoholmisbruik onder jongeren terug te dringen, zou zij de verkrijgbaarheid van Likorettes direct aan banden moeten leggen en het grootwinkelbedrijf beperken tot de verkoop van bier en wijn (-achtigen). De overige alcoholica zou exclusief verkrijgbaar moeten zijn in het slijterskanaal. Slijters zien streng toe op leeftijdscontrole. De Universiteit Twente heeft wederom vastgesteld dat dit niet het geval is in het supermarktkanaal. De campagne 'geen 16 geen druppel' lijkt eerder te zijn aangewend ter verbetering van het maatschappelijk imago van de supers, dan aan een effectieve leeftijdscontrole. De leeftijdstickers weerhoudt jongeren echt niet om drank te kopen. Naast bier blijken vooral Likorettes en Superbreezers populair te zijn onder deze jeugdige drinkers. Voor sterke drank en wijn hebben zij sowieso minder belangstelling.

De afgelopen jaren hebben we kunnen vaststellen dat de markt van de premixen (zoals de breezers) flink is ingestort nadat het product werd gedemoniseerd. Intussen blijken super-premixen en likorettes deze positie over te nemen, maar de overheid lijkt het gevaar hiervan niet in te zien.

Likorettes zijn dranken op basis van likeur met een lager alcoholpercentage (tussen 12 en 15%) waardoor ze onder de categorie zwak alcoholhoudende dranken vallen. Dit zelfde geldt voor de zogenaamde super-premixen, die meestal gebaseerd zijn op wodka, rum of

gin, geen koolzuur bevatten en in verschillende zoete smaken bestaan. Doordat producenten het alcoholgehalte bewust onder 15% houden, mogen deze producten in (bijna) alle winkels met een gevarieerd assortiment aan levensmiddelen worden verkocht.

De verkoop van likorettes op al deze locaties is een veel groter probleem dan voorheen met de breezers. Het zijn voornamelijk jongeren die deze goedkope, zoete drankjes consumeren. Uit de gepubliceerde 'Kerncijfers van de Gedistilleerdsector' blijkt hoe immens groot deze groep is. Een op de twintig liter geconsumeerde alcoholische drank (m.u.v. bier en wijn) valt onder deze groep. De categorie likorettes vertegenwoordigt inmiddels 5,1% van het totale volume dat in ons land aan gedistilleerd geconsumeerd wordt. Dat is evenveel als bijvoorbeeld de totale wodkaconsumptie in Nederland en zelfs gelijk aan de totale consumptie van cognac, armagnac (1,5%), creamdranken als Baileys (1,3%), gin (1%) en korenwijn (0,4%) bij elkaar! We hebben het hier dus over een flinke slok. In deze cijfers zijn de mixdranken waarin wijnalcohol gebruikt is in plaats van gedistilleerd nog niet eens meegerekend!

PRIJS IS AANTREKKELIJKER VOOR JEUGDIGE CONSUMENTEN

Ter vergelijking met een premix levert een likorette voor hetzelfde bedrag een dubbele hoeveelheid alcohol op. Voor € 1,20 koopt men 275ml premix van 4% alcohol, hetgeen 11 ml alcohol oplevert. Voor € 5,65 koopt men 70 cl. likorette van 14,5% alcohol. Dit is gelijk aan 101,5 ml alcohol of 9,25 flesje premix (Breezer). Voor 9,5 fles premix (Breezer) à € 1,20 zou de consument € 11,10 moeten betalen.

Teruggerekend in gelijke alcoholconsumptie eenheden, kunnen we constateren, dat likorette-consumenten voor de halve prijs (van Breezer) onder dezelfde invloed van alcohol kunnen raken. Dat is het enige waar het de jongeren om gaat want zolang het maar zoet is en gemakkelijk drinkbaar, doet de smaak er verder niet toe. Ondanks reclamebeperkingen haken producenten hier slim op in. Omdat de kennis van dranken bij jongeren vaak zeer beperkt is, en reclame voor alcohol uit den boze is, richten producenten zich op de bouw van hun merknaam. Op de vraag aan jongeren wat voor een soort product Bacardi is, weten er slechts enkelen te antwoorden dat dit een merk rum is. De meeste denken dat Bacardi een soort drank is, net als Breezer. Hetzelfde geldt voor Pisang

Ambon, Passoa, Safari, Amaretto, El Picu. Producenten proberen een brede distributie te krijgen en passen het alcoholgehalte van hun product speciaal aan op het supermarktkanaal. Gelukkig is onlangs bij wet vastgelegd dat jenever minimaal 35% alcohol moet hebben

In 2006 schreef minister Hoogervorst van VWS in een brief aan de Tweede Kamer dat mixdrankjes alleen verkocht zouden mogen worden bij de slijter. Dat is niet gelukt. Ook minister Klink zag een jaar later zijn poging hiertoe mislukken, maar de discussie rond de premix kwam eindelijk op gang: Alleen was dit vijf jaar te laat. Jaarlijks gleed er dertig miljoen liter premixen (waaronder Breezer) door jeugdige kelen naar binnen. Op dit moment wordt er al 3,5 miljoen liter likorette geconsumeerd, waarbij aangemerkt moet worden dat het alcoholgehalte hiervan bijna viermaal zo hoog is als dat van premixen en Breezers. In alcoholconsumptie-eenheden kunnen we stellen dat de likorettes de nieuwe 'Breezerjeugd' voor ruim de helft voorzien in hun behoefte. De drempel is wederom verlaagd, vanwege de halvering van de kostprijs. Hierbij realiserend dat slechts eenderde van de jeugdige kopers geen slagingskans heeft, vraag ik me stellig af waar dit toe zal leiden. De SlijtersUnie hoopt dat politiek Den Haag de ernst van deze zaak tijdig inziet en ingrijpt. En niet net als bij de premixen pas vijf jaar na de piekverkopen met aanbevelingen komt hoe het anders zou moeten. Het antwoord is simpel. Gedistilleerd dient exclusief bij de slijter verkocht te worden, ongeacht het alcoholpercentage.

Dat campagnes voor het terugdringen van de verkoop van alcohol aan jongeren onder de 16 jaar geen effect hebben, blijkt wederom uit een nieuw onderzoek van de Universiteit Twente. Het CBL probeert zich hier te verweren met loze statements. Zo zou 32% van de jongeren die daarop uit zijn geen alcohol meer langs de kassa krijgen. Hoe zit het dan met de overige 68% bij wie het wel keer op keer gewoon lukt? De brancheorganisatie zegt de verkoop van alcohol aan tieners terug te willen dringen richting het niveau van Zweden waar 55 procent van de jongeren geen alcohol langs de kassa krijgt. Bravo, maar dan moet men wel met gelijke maten meten.

In Zweden ligt de minimumleeftijd namelijk veel hoger dan in Nederland; vanaf 18 jaar mag je daar alleen laaggradig bier kopen (< 3,5%) Pas vanaf hun 20e jaar mogen

