

Alcoholintoxicaties bij jongeren

Een inventarisatie van bestaande data en een kwalitatieve verkenning bij jongeren van 12-17 jaar

Februari 2026 (definitief)





Over VeiligheidNL

VeiligheidNL is hét kenniscentrum voor letselpreventie. Wij zetten ons in om het leven van mensen veilig(er) te maken door veilig gedrag in een veilige omgeving te stimuleren.

Veiligheid is niet vanzelfsprekend. Het is het resultaat van onderzoek, van wetenschap, van interventies, van gedrag. Wij richten ons op **de meest voorkomende en meest ernstige letsels, waar preventie belangrijk én mogelijk is. Dit doen we vanuit de thema's** Kinderveiligheid, Valpreventie, Gezond gehoor, Sportblessurepreventie, Verkeersveiligheid en Veilig Productgebruik.

We werken in een doelgerichte cyclus aan onderzoek, strategie- en interventieontwikkeling, implementatie en evaluatie. Relevante kennis en inzichten zetten wij om in hoogwaardige gedragsinterventies en slimme veiligheidsoplossingen en we verbinden wetenschappelijke inzichten met de dagelijkse praktijk. En, dat doen we niet alleen. We werken samen met partners en professionals en samen strijden we voor maximale impact.

Voor de monitoring van letsels werken we met ons eigen Letsel Informatie Systeem (LIS). Een uniek systeem dat letsels registreert bij een representatieve steekproef van Spoedeisende Hulpafdelingen van ziekenhuizen in Nederland.

Veiligheid is niet per ongeluk.



Alcoholintoxicaties bij jongeren

Een inventarisatie van bestaande data en een kwalitatieve verkenning bij jongeren van 12-17 jaar

Rapport 1069

Projectnummer 41.0009/004/001

Branko Olij

Wendy Kuijn

Juul van Lierop

In samenwerking met het Trimbos-instituut:

Karin Monshouwer

Kimberly Morren

Hilde van Ravenswaaij

Uitgegeven door

VeiligheidNL

Postbus 75169

1070 AD Amsterdam

www.veiligheid.nl

Februari 2026 (definitief)



Inhoudsopgave

Samenvatting	5
Achtergrond en onderzoeksvragen	6
Onderzoeksaanpak	8
Fase 1 Inventarisatie van bestaande data	12
Fase 2 Kwalitatieve verkenning ronde 1	28
Fase 3 Expertsessie	36
Fase 4 Kwalitatieve verkenning ronde 2	39
Conclusies en aanbevelingen	56
Bijlage	62

Achtergrond en onderzoeksvragen

Een vierde van alle alcoholintoxicaties gebeuren bij jongeren van 12-17 jaar. Bij jongens is het aantal intoxicaties de afgelopen jaren afgenomen, terwijl het bij meisjes is toegenomen. Het is niet goed duidelijk wat hier de redenen voor zijn. Daarom is – met subsidie van het ministerie van VWS en i.s.m. het Trimbos-instituut – een onderzoek uitgevoerd. Dit is gedaan aan de hand van een inventarisatie van bestaande data, en een kwalitatieve verkenning bij jongeren en experts. We geven antwoord op de vragen: 1) welke factoren de verschillende trends in alcoholintoxicaties tussen jongens en meisjes verklaren, en 2) welke mogelijke oplossingsrichtingen potentie hebben om het risicogedrag rondom alcoholgebruik van jongens en meisjes te verminderen.

Onderzoeksaanpak

Het onderzoek bestond uit 4 fases. Fase 1 bestond uit een systematische analyse door het Trimbos-instituut van bestaande databestanden over alcoholgebruik onder 12-16 jarigen. We zijn in fase 2 in gesprek gegaan met 14-17 jarigen over welke factoren een rol spelen bij (hun) overmatig alcoholgebruik. Vervolgens hebben we in fase 3 de inzichten vanuit fase 1 en 2 voorgelegd aan experts. Tijdens de sessie zijn mogelijke oplossingsrichtingen uitgewerkt om het risicogedrag rondom alcoholgebruik van jongeren te verminderen. In fase 4 zijn deze oplossingsrichtingen vertaald naar visuele concepten. We zijn in gesprek gegaan met 14-17 jarigen over de potentie van de oplossingsrichtingen.

Resultaten

Fase 1: Uit de inventarisatie van bestaande data blijkt dat het aandeel scholieren dat alcohol drinkt de afgelopen jaren afneemt. Jongens drinken gemiddeld meer glazen alcohol dan meisjes, maar meisjes zijn vaker dronken en drinken vaker in vóór een feestje. Jongens kiezen vooral voor bier, terwijl meisjes vaker wijn of premixen drinken. Er waren weinig verschillen tussen jongens en meisjes in de rol van ouders rondom alcoholgebruik.

Fase 2: **Uit de gesprekken met 16 jongeren bleek dat bij (hun) overmatig alcoholgebruik o.a. de factoren 'belang van vriendschap', 'groepsdruk en groepsdynamiek' en 'grenzen leren door ervaring' een rol spelen. Hierbij waren er kleine verschillen tussen jongens en meisjes.**

Fase 3: Tijdens een sessie met 11 experts zijn er 5 kansrijke oplossingsrichtingen opgesteld: 1) stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's, 2) influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren en het gesprek over alcohol aan te gaan, 3) signalen leren herkennen bij jezelf en anderen, 4) ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met de jongeren gaat, en 5) campagne gericht op jongeren.

Fase 4: **Uit de gesprekken met 16 (andere) jongeren bleek dat ze de meeste potentie zien in de oplossing 'signalen leren herkennen bij jezelf en anderen' d.m.v. lessen op school. Het is belangrijk dat oplossingsrichtingen aansluiten bij de leefwereld van jongeren, zonder dat alcoholgebruik wordt genormaliseerd.**

Conclusies

Het onderzoek laat zien dat factoren zoals groepsdruk, groepsdynamiek en grenzen leren een belangrijke rol spelen bij jongeren die overmatig alcohol drinken. Jongeren en experts zien vooral potentie in oplossingsrichtingen (ter voorkoming van alcoholintoxicaties) die focussen op signalen herkennen, mits deze aansluiten bij de leefwereld van jongeren en zonder dat alcoholgebruik wordt genormaliseerd.



Achtergrond en onderzoeksvragen

Achtergrond

Uit een recent onderzoek op spoedeisende hulpafdelingen blijkt dat jongeren (12-17 jaar) een vierde deel van alle alcoholintoxicaties voor hen rekening namen¹. Bovendien lopen meisjes (107 SEH-bezoeken per 100.000) meer risico op een alcoholvergiftiging dan jongens (68 per 100.000). Bij meisjes van die leeftijd is het aantal intoxicaties tussen 2021 en 2023 toegenomen, terwijl het bij jongens is afgenomen. Vooral jongeren van 14-17 jaar hebben grote kans op een SEH-bezoek wegens een alcoholvergiftiging. Het is niet goed duidelijk waardoor specifiek deze leeftijdsgroep meer risico loopt en waar de stijging in alcoholintoxicaties onder meisjes aan ligt. Daarom is – met subsidie van het ministerie van VWS en i.s.m. het Trimbos-instituut – een verdiepingsslag gemaakt op de doelgroep jongeren (en m.n. meisjes) aan de hand van een inventarisatie van bestaande data, en een kwalitatieve verkenning bij zowel jongeren als experts.

Onderzoeksvragen

We hanteren de volgende onderzoeksvragen:

1. Welke factoren verklaren de verschillende trends in alcoholintoxicaties tussen jongens en meisjes?
 - a. Wat zijn de verschillen tussen jongens en meisjes in alcoholgebruik, drinkpatronen, percepties rondom alcoholgebruik en de regels van ouders over het alcoholgebruik van hun zoon of dochter? En hoe zijn deze verschillen veranderd over de tijd (2015-2019-2023)?
 - b. Welke factoren (zoals o.a. sociale druk, houding, motivatie, context) spelen een rol bij overmatig alcoholgebruik en alcoholintoxicaties bij jongens en meisjes?
2. Welke mogelijke oplossingsrichtingen hebben potentie om het risicogedrag rondom alcoholgebruik van jongens en meisjes te verminderen?



Onderzoeksaanpak

Doel

Doel van het onderzoek was om enerzijds beter zicht te krijgen op de doelgroep in relatie tot alcoholintoxicaties. Anderzijds wilden we met experts, die dagelijks met deze doelgroep te maken hebben, verkennen wat mogelijke oplossingsrichtingen zijn om alcoholintoxicaties te verminderen. Deze oplossingsrichtingen zijn vervolgens voorgelegd aan de doelgroep, om deze (waar mogelijk) te toetsen en te concretiseren. De bevindingen (incl. mogelijke beleidsrichtingen) van het onderzoek worden opgeleverd aan het ministerie van VWS.

Fasering

Bij het onderzoek hebben we gebruik gemaakt van een gefaseerde aanpak:

Fase 1 - Inventarisatie van bestaande data

Het onderzoek startte met een systematische analyse door het Trimbos-instituut van bestaande databestanden over alcoholgebruik onder 12-16 jarigen. Op basis van de opgedane inzichten zijn mogelijke lacunes in kennis geïdentificeerd en is de aanpak geoptimaliseerd voor de volgende fase. Dit heeft gezorgd voor een stevige kwantitatieve basis van de bevindingen uit latere fases. Binnen deze fase is onderzoeksvraag 1a beantwoord (zie pagina 7).

Fase 2 - Kwalitatieve verkenning ronde 1

De kwalitatieve verkenning vond plaats aan de hand van 16 individuele video-interviews van 45 minuten per stuk. We hebben gekozen voor een individuele, digitale aanpak, omdat het jongeren meer het gevoel kan geven vrijuit te spreken. Dit komt de zuiverheid van de antwoorden ten goede. Een diepgaand individueel gesprek is bovendien uitermate geschikt om een goed beeld te krijgen van de individuele context en de verschillende **factoren die daarin een rol spelen. De interviews zijn opgenomen en getranscribeerd, vervolgens zijn er thema's uit gedestilleerd** op basis van gedragswetenschap. Binnen deze fase is onderzoeksvraag 1b beantwoord (zie pagina 7).

Fasering (vervolg)

Fase 3 - Expertsessie

Na afronding van fase 1 en 2 heeft VeiligheidNL, i.s.m. het Trimbos-instituut, een expertsessie georganiseerd met een multidisciplinair team van beleidsmakers, onderzoekers en praktijkwerkers. Deze expertsessie vormde de cruciale schakel tussen de verkennende bevindingen uit fase 1 en 2, en het toetsen en concretiseren van mogelijke oplossingsrichtingen in fase 4. We streefden naar een gevarieerde samenstelling van 8-12 experts. De diversiteit van experts waarborgt dat oplossingen vanuit verschillende invalshoeken worden bekeken en praktisch implementeerbaar zijn. In totaal waren er 11 experts bij de sessie aanwezig, waarbij het ministerie van VWS, Mondriaan, Samenwerkende GezondheidsFondsen, Stichting Jeugd en Alcohol, Trimbos-instituut, Tranzo, 113 en VeiligheidNL waren vertegenwoordigd. Tijdens de sessie hadden de onderzoekers van VeiligheidNL een faciliterende rol, om de perspectieven van de experts naar voren te halen. Na het presenteren van inzichten uit fase 1 en 2 zijn de experts in groepen aan de slag gegaan met het genereren en formuleren van concrete oplossingsrichtingen. Nadat de meest kansrijke oplossingsrichtingen zijn bepaald, zijn ze uitgewerkt tot 5 concrete voorstellen die geschikt waren om voor te leggen aan de jongeren in fase 4. De 5 concepten richten zich **op verschillende thema's en haakjes om gedrag van jongeren te veranderen afkomstig uit de resultaten van fase 2. Binnen deze fase is onderzoeksvraag 2 beantwoord (zie pagina 7).**

Fase 4 - Kwalitatieve verkenning ronde 2

Fase 4 bestond uit een tweede ronde van 16 individuele video-interviews van 45 minuten per stuk, met een nieuwe groep jongeren. We startten daarbij met een individuele beoordeling van de mogelijke oplossingsrichtingen (i.e. visuele concepten), o.b.v. verschillende factoren, zoals o.a. aantrekkelijkheid en verwachte effectiviteit (i.e. uitvoerbaarheid en duurzaamheid). De oplossingsrichtingen die als best werden beoordeeld, zijn vervolgens (tijdens het interview) door de jongeren geconcretiseerd, waarbij we vroegen naar optimalisatiemogelijkheden, valkuilen en eventuele vragen die het oproept. Ook konden jongeren nog tot slot (indien haalbaar) zelf met aanvullende ideeën komen. De interviews zijn opgenomen en getranscribeerd. Binnen deze fase is onderzoeksvraag 2 beantwoord (zie pagina 7).



Deelnemers kwalitatieve verkenning

Voor alle deelnemers aan de kwalitatieve verkenning (fase 2 & 4) gold het volgende:

- Leeftijd tussen 14 en 17 jaar;
- Minimaal 5 tot 8 glazen alcohol per maand (gemiddeld over 12 maanden);
- **Minimaal één keer per maand binge drinken (≥5 glazen binnen 24 uur).**

Daarnaast streefden we naar een evenwichtige spreiding in geslacht, woonomgeving, opleidingsniveau en het type drank dat regelmatig werd geconsumeerd.

De werving van deelnemers werd verzorgd door TeamAlert, een gespecialiseerd selectiebureau dat zich richt op deze doelgroep. Omdat de deelnemers minderjarig waren, was expliciete toestemming van een ouder of verzorger vereist.

In de kwalitatieve verkenning lag de focus op oudere adolescenten, aangezien het ethisch problematisch is om diepgaande gesprekken te voeren met jongere adolescenten over alcoholgebruik, omdat dit risicogedrag kan normaliseren.

De kenmerken van de deelnemers staan in de bijlage.



Fase 1 Inventarisatie van bestaande data

Kimberly Morren en Karin Monshouwer, Trimbos-instituut

Onderzoeksvraag 1a: Wat zijn de verschillen tussen jongens en meisjes in alcoholgebruik, drinkpatronen, percepties rondom alcoholgebruik en de regels van ouders over het alcoholgebruik van hun zoon of dochter? En hoe zijn deze verschillen veranderd over de tijd (2015-2019-2023)?

Data uit drie onderzoeken op het voortgezet onderwijs (vmbo, havo en vwo):

[Peilstationsonderzoek:](#)

- 12- t/m 16-jarige scholieren
- 6.974 scholieren in 2023

[ESPAD-onderzoek:](#)

- 15- en 16-jarige scholieren
- Deelname van 37 Europese landen in 2023
- 1.880 Nederlandse scholieren in 2023

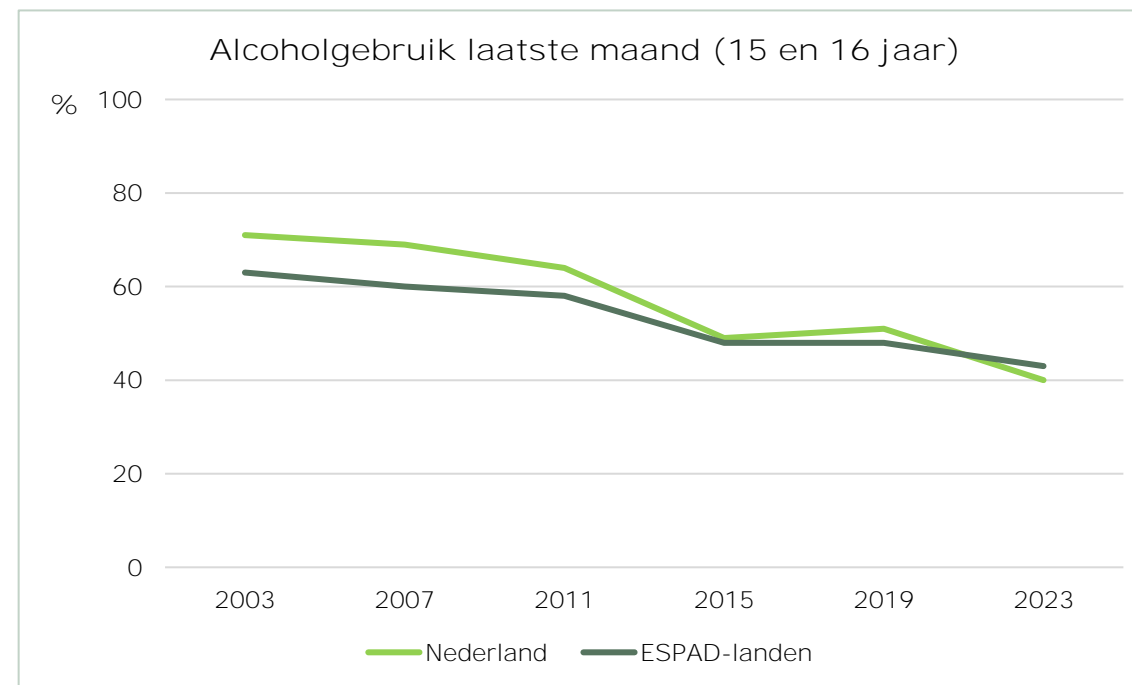
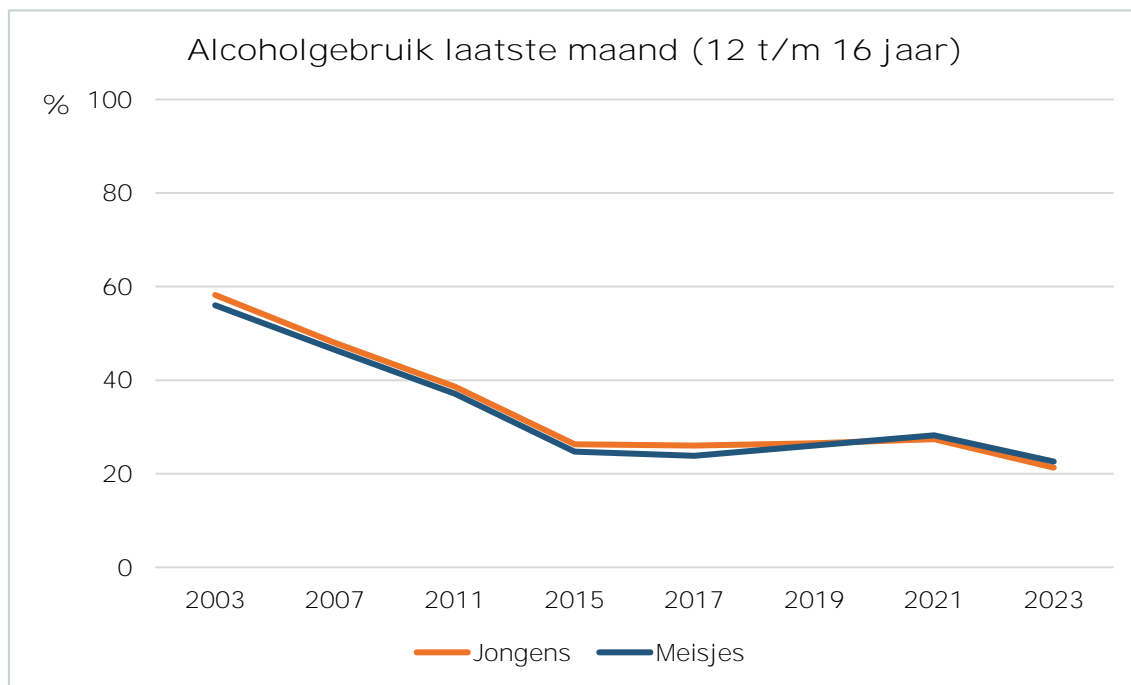
[Peilstationsonderzoek ouders:](#)

- Ouders van 12 t/m 16-jarige scholieren
- 4.536 ouders van scholieren in 2023

Trends in alcoholgebruik onder scholieren

Peilstationsonderzoek

ESPAD-onderzoek

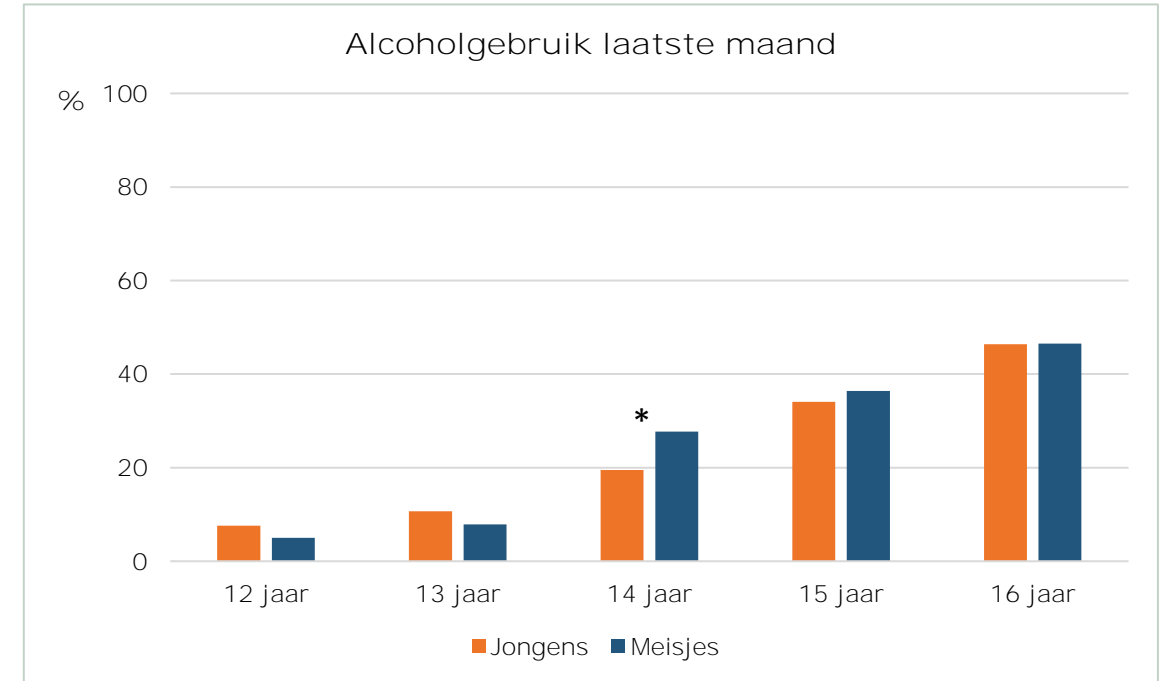
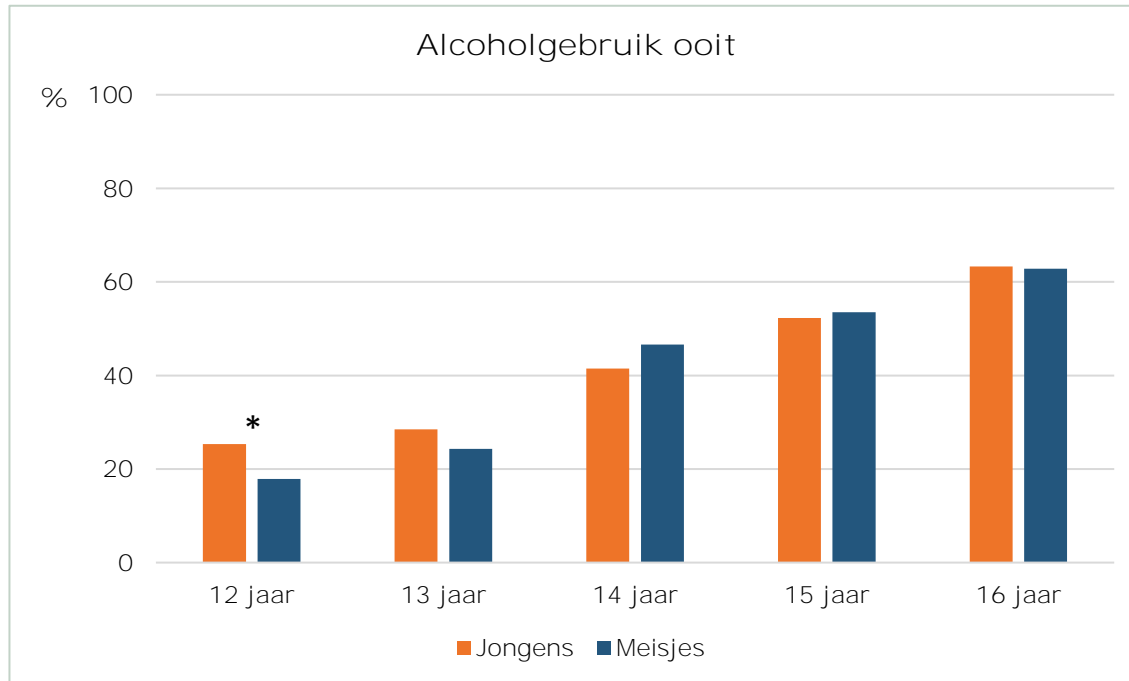


2017 en 2021 afkomstig uit HBSC-onderzoek (www.hbscnederland.nl)

Wat valt op?

Jongens en meisjes verschillen weinig van elkaar als wordt gekeken naar de algemene trend. Ook zien we dat de trend in alcoholgebruik in Nederland ongeveer hetzelfde is als in andere Europese landen.

Verschillen naar geslacht en leeftijd in 2023



* Significant verschil tussen jongens en meisjes ($p < 0.05$)

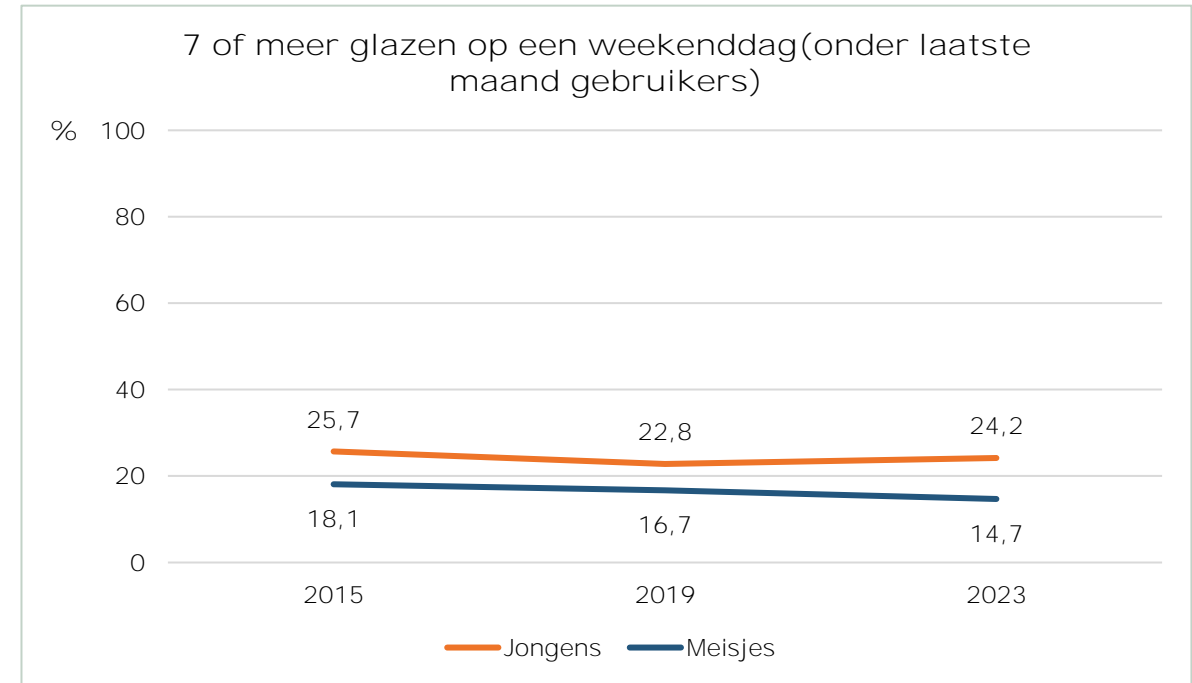
Wat valt op?

12- en 13-jarige jongens hebben vaker ooit of in de laatste maand alcohol gedronken dan meisjes van dezelfde leeftijd, al zijn deze verschillen niet altijd significant. Onder 14-jarigen zien we dat meisjes vaker in de laatste maand alcohol hebben gedronken. Onder 15- en 16-jarigen zijn de verschillen naar geslacht kleiner en niet significant.

7 of meer glazen alcohol drinken op een weekenddag (onder de laatste maand gebruikers; n = 1.519 in 2023)

Wat valt op?

- Tussen 2015 en 2023 zien we bij zowel 12- t/m 16-jarige jongens als meisjes geen significante verandering in het percentage scholieren dat 7 of meer glazen alcohol drinkt op een weekenddag.
- Jongens (12 t/m 16 jaar) drinken vaker 7 of meer glazen op een weekenddag dan meisjes, dit verschil naar geslacht zagen we in alle jaren.
- 12 t/m 16-jarige jongens drinken in 2023 gemiddeld meer glazen op een weekenddag dan meisjes van dezelfde leeftijd.



Gemiddeld aantal glazen op een weekenddag in 2023 (onder laatste maand gebruikers):



4,3 glazen



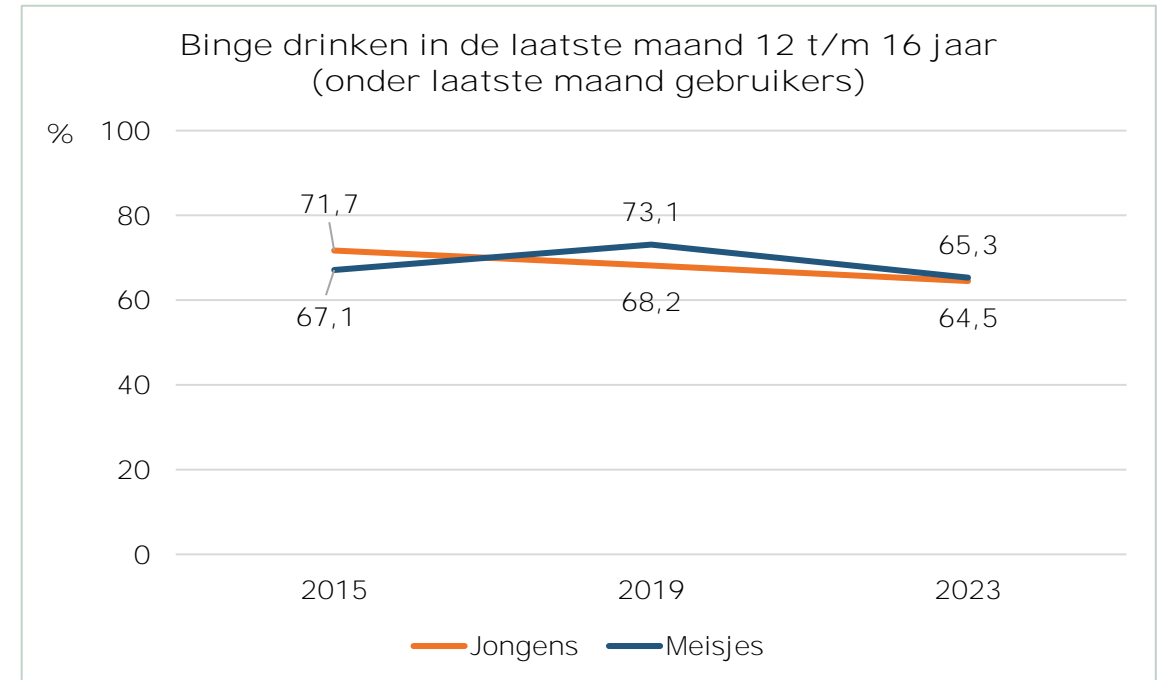
3,5 glazen

Binge drinken (onder de laatste maand gebruikers; n = 1.519 in 2023)

Binge drinken = 5 of meer glazen alcohol drinken bij één gelegenheid

Wat valt op?

- Tussen 2015 en 2023 zagen we een significante daling in het aandeel 12 t/m 16-jarige jongens dat in de laatste maand had gebinged.
- Onder meisjes (12 t/m 16 jaar) zagen we tussen 2019 en 2023 een significante daling in binge drinken in de laatste maand.
- In 2023 zagen we geen verschillen tussen jongens en meisjes bij het gemiddeld aantal keren binge drinken in de laatste maand.



Gemiddeld aantal keer binge drinken in de laatste maand in 2023
(onder laatste maand gebruikers):



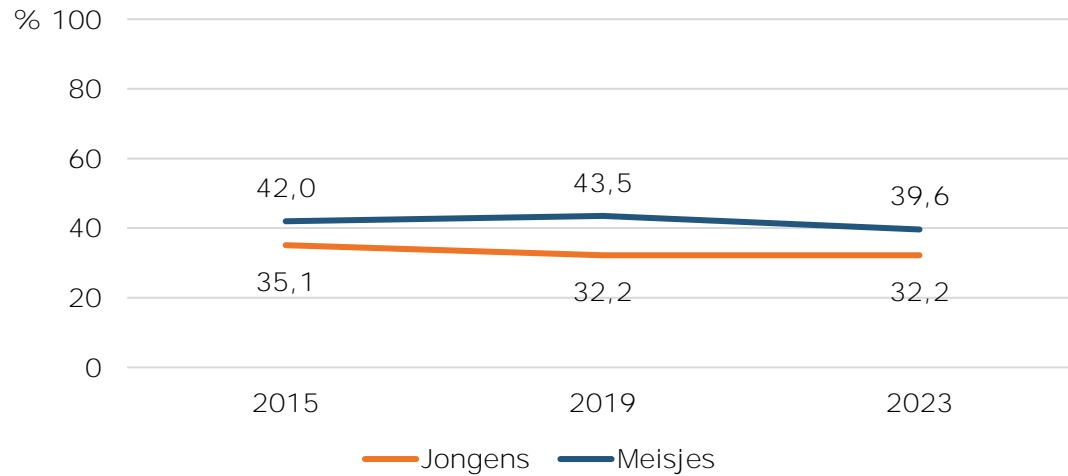
1,9 keer



1,8 keer

Indrinken

Indrinken vóór een feestje
(onder de laatste maand gebruikers)

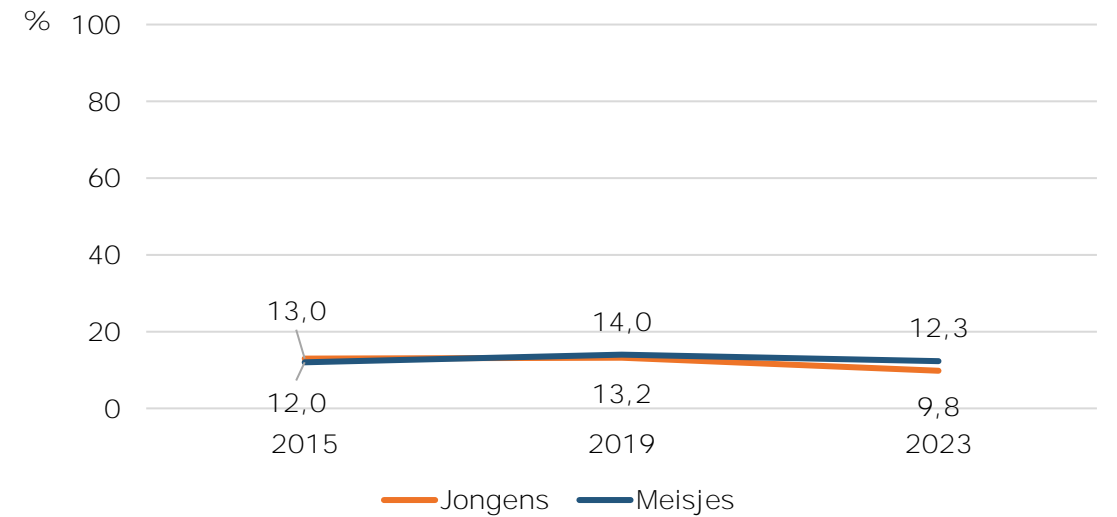


Wat valt op?

- Tussen 2015 en 2023 is het aandeel scholieren dat heeft ingedronken vóór een feestje gelijk gebleven, zowel onder 12- t/m 16-jarige jongens als meisjes van dezelfde leeftijd.
- In alle jaren zien we dat het percentage scholieren dat indrinkt vóór een feestje hoger is onder meisjes.
- 12 t/m 16-jarige jongens drinken gemiddeld meer glazen alcohol tijdens het indrinken dan meisjes van dezelfde leeftijd. In 2023 dronken jongens gemiddeld 4,7 glazen tijdens het indrinken; onder meisjes waren dit 3,9 glazen.

Dronkenschap

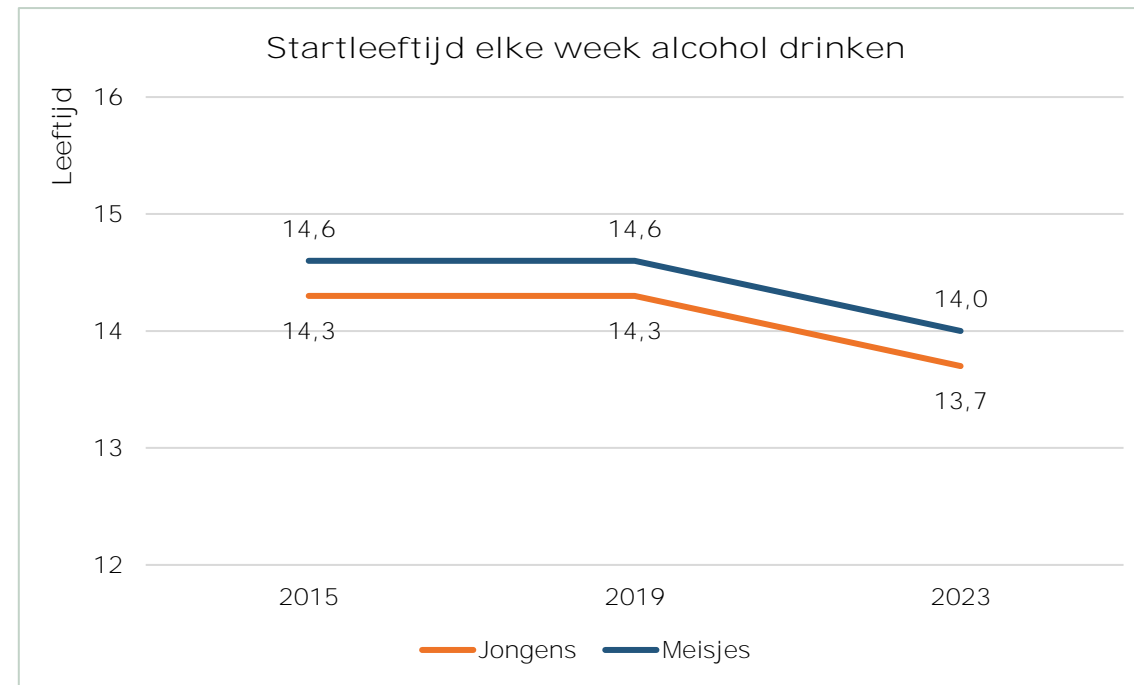
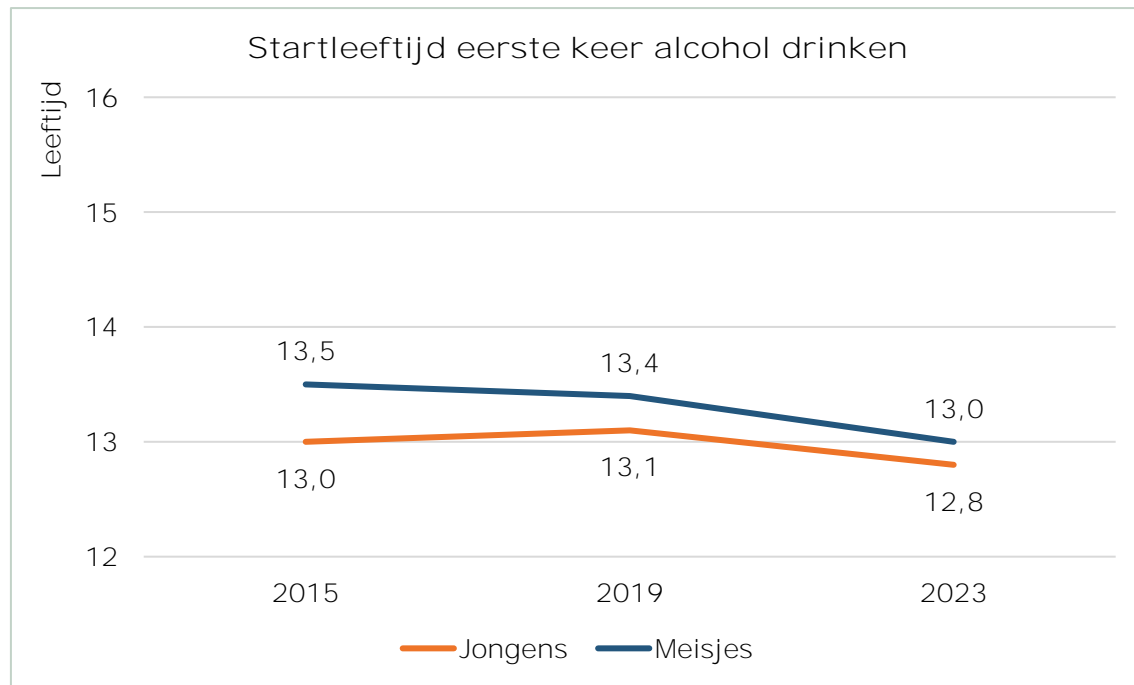
Dronken geweest in de laatste maand



Wat valt op?

- Tussen 2015 en 2023 zagen we een significante daling in het percentage 12 t/m 16-jarige jongens dat in de laatste maand dronken is geweest.
- In 2023 was het aandeel scholieren dat de laatste maand dronken is geweest hoger onder meisjes (12,3%) dan onder jongens (9,8%).
- Als jongeren (12 t/m 16 jaar) in de laatste maand dronken waren geweest, ging het gemiddeld om 3,2 keer onder zowel jongens als meisjes.
- Het ESPAD-onderzoek (15- en 16-jarigen) laat soortgelijke resultaten zien.

Startleeftijd

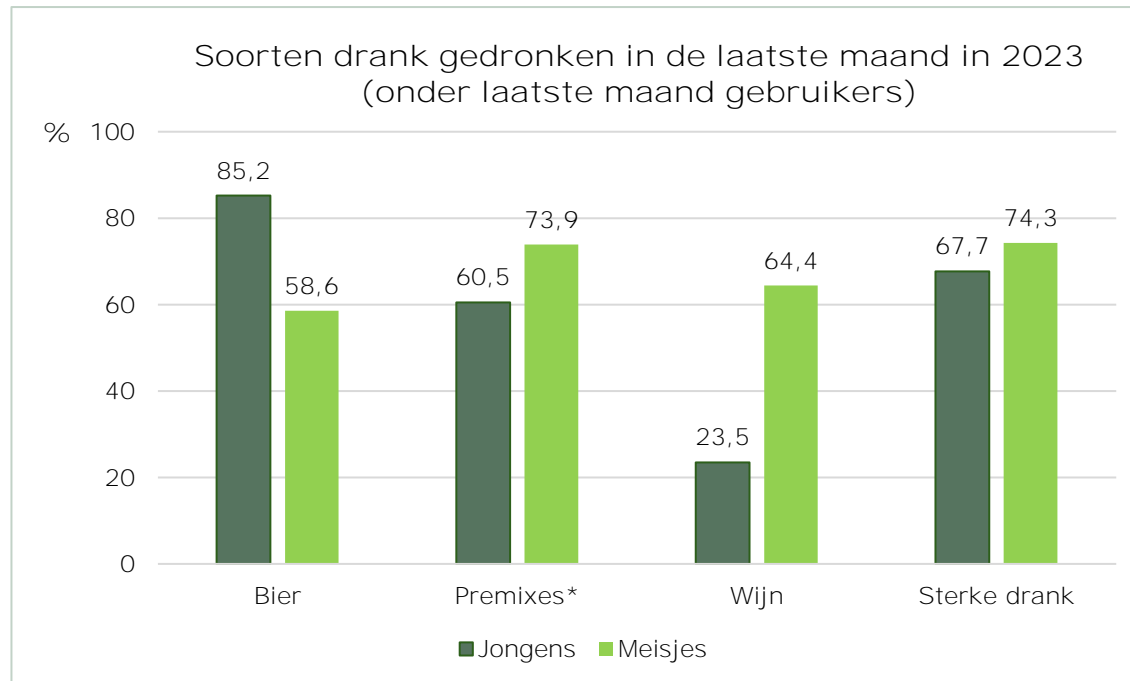


Wat valt op?

- Meisjes zijn wat ouder wanneer ze beginnen met alcohol drinken, zowel voor de eerste keer alcohol drinken als elke week alcohol drinken.
- Tussen 2019 en 2023 daalde voor zowel jongens als meisjes de gemiddelde startleeftijd voor de eerste keer alcohol drinken en de gemiddelde startleeftijd van elke week alcohol drinken.

ESPAD (15 en 16 jaar)

Voorkeur soorten drank (onder laatste maand gebruikers, n = 757 in 2023)



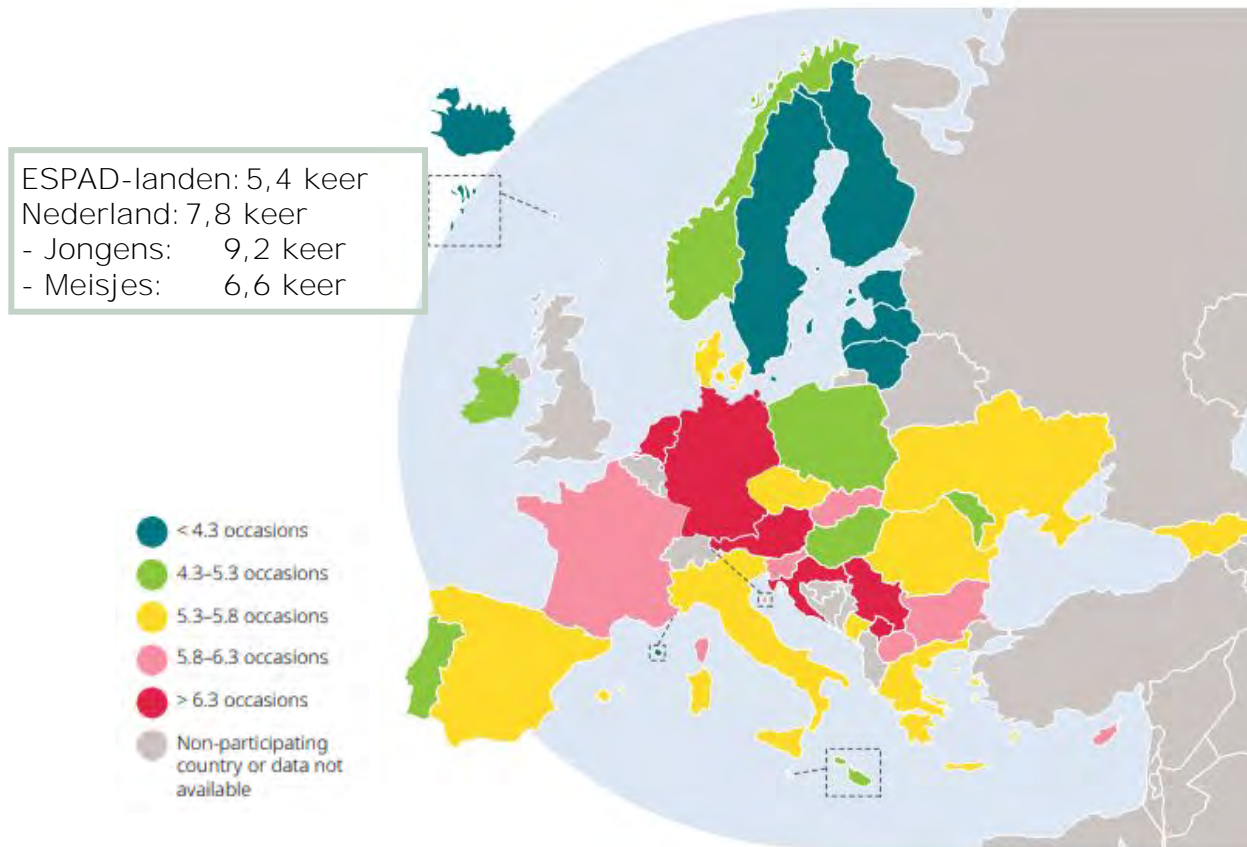
**Onder premixes vallen voorgemixte drankjes, zoals Hard Seltzers, Smirnoff Ice en Bacardi-Breezer*

Wat valt op?

- In 2023 dronken 15- en 16-jarige jongens vaker bier dan meisjes van dezelfde leeftijd. Meisjes drinken vaker wijn en/of premixes.

ESPAD (15 en 16 jaar)

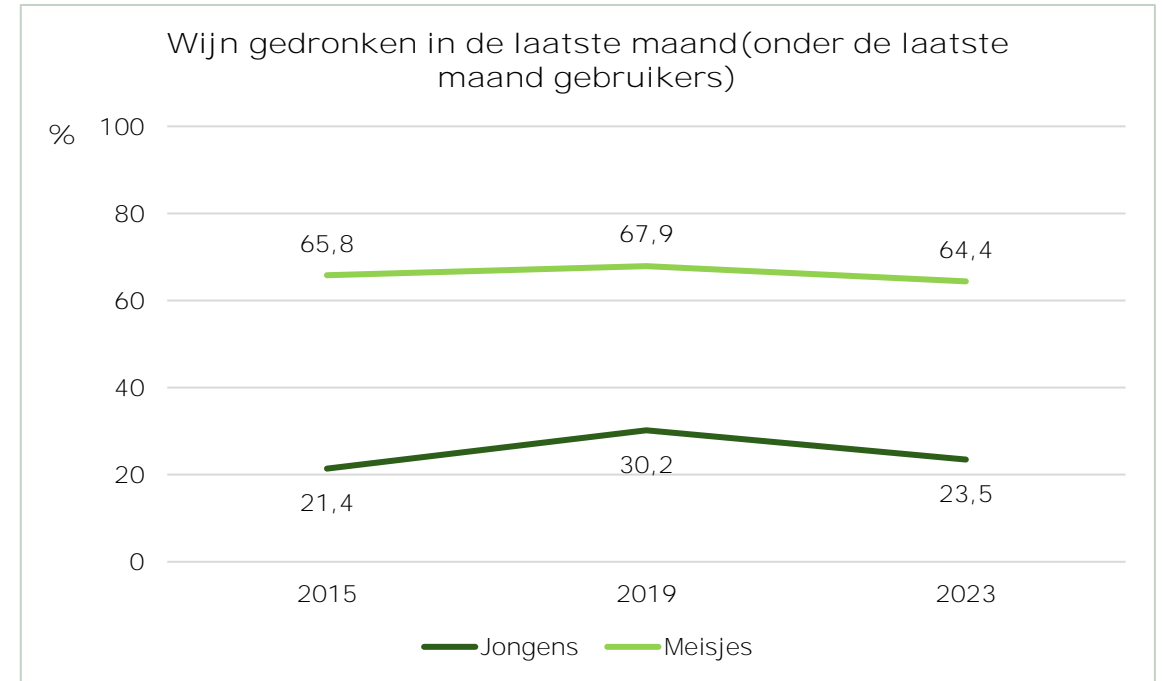
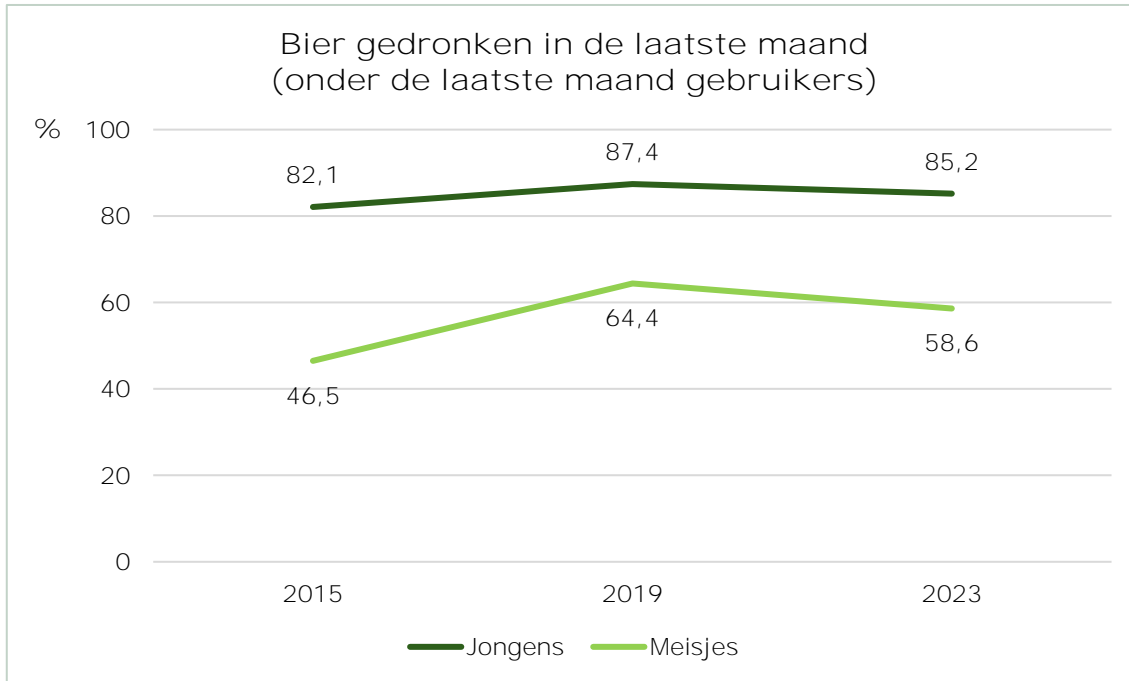
Aantal keer alcohol drinken in de laatste maand



Wat valt op?

- Wat betreft het aantal keren dat 15- en 16-jarigen in de afgelopen maand alcohol hebben gedronken, staat Nederland op de tweede plaats binnen de ESPAD-landen. Alleen Duitsland scoort hoger, met gemiddeld 9,4 drinkmomenten per maand.

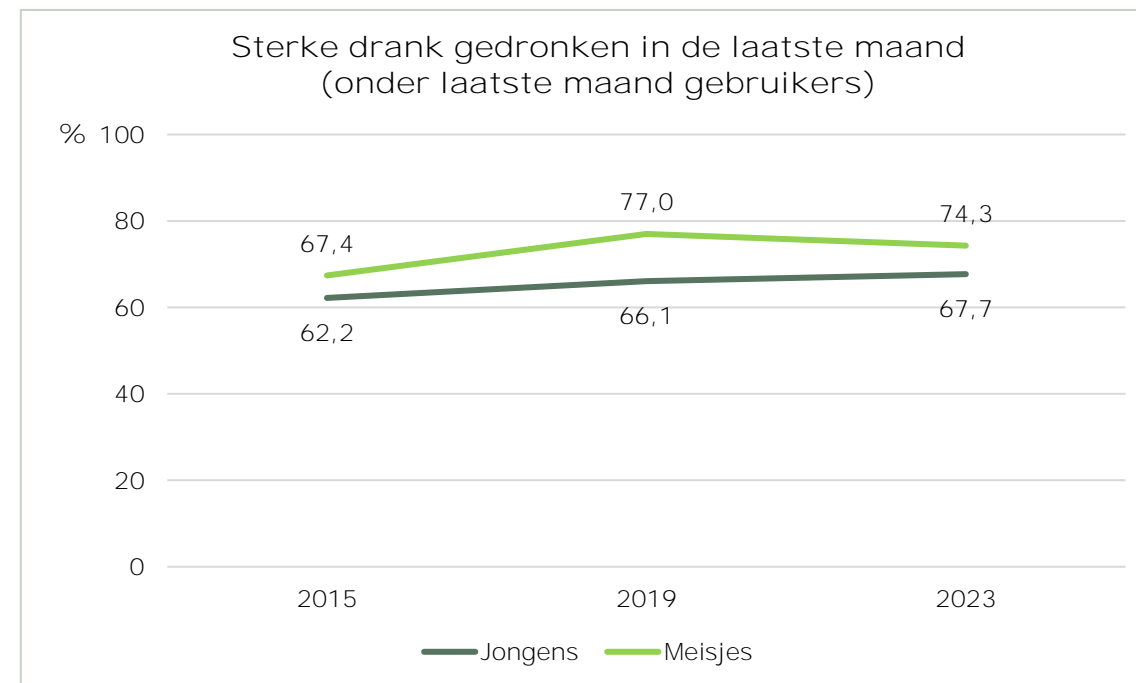
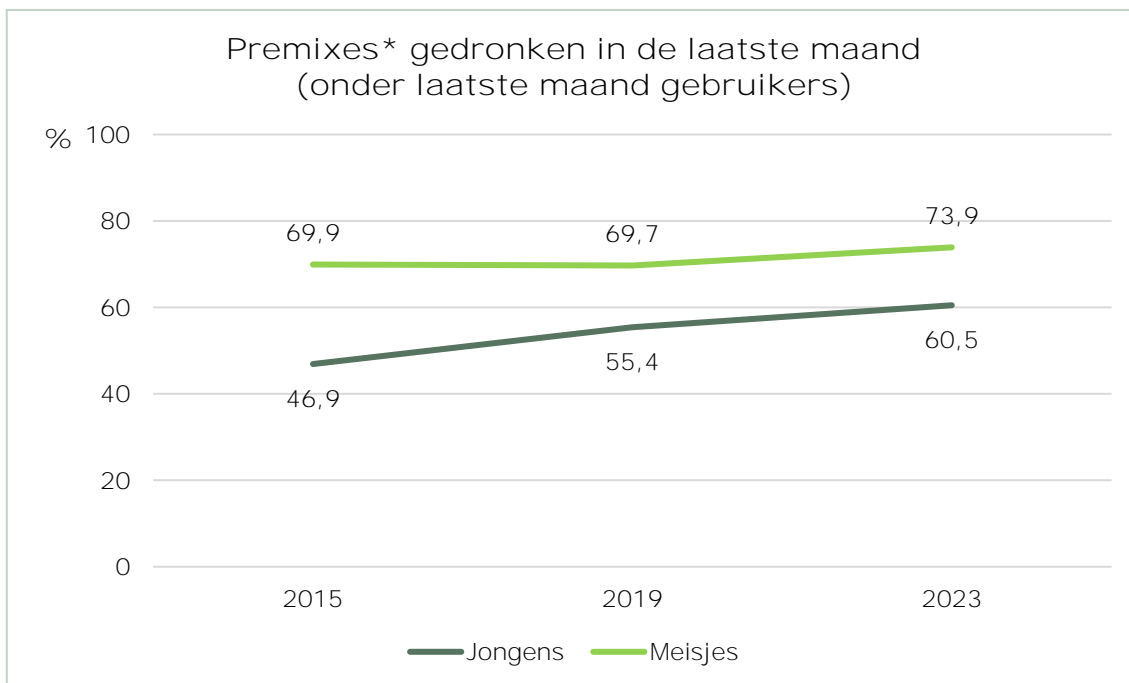
ESPAD (15 en 16 jaar): Bier en wijn gedronken in de laatste maand



Wat valt op?

- Tussen 2015 en 2019 steeg het percentage 15- en 16-jarige meisjes dat bier dronk in de laatste maand significant.
- Voor alle metingen geldt dat jongens vaker bier drinken en meisjes vaker wijn.

ESPAD (15 en 16 jaar): Premixes en sterke drank gedronken in de laatste maand

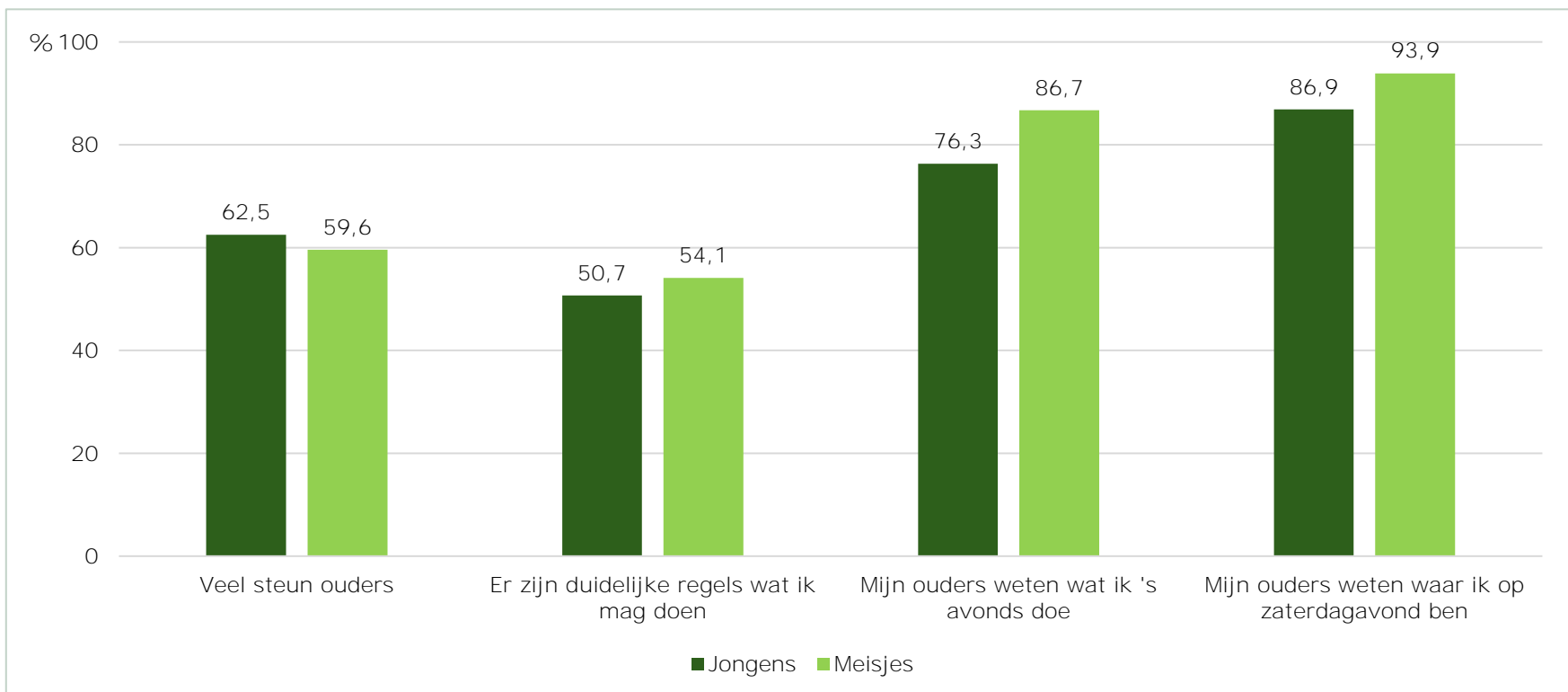


*Onder premixes vallen voor gemixte drankjes zoals Hard Seltzers, Smirnoff Ice en Bacardi-Breezer

Wat valt op?

- Tussen 2015 en 2023 steeg het aandeel 15- en 16-jarige jongens dat in de laatste maand premixes dronk.
- Onder meisjes (15 en 16 jaar) zagen we tussen 2015 en 2019 een stijging in het aandeel meisjes dat in de laatste maand sterke drank heeft gedronken.
- Voor alle metingen geldt dat meisjes vaker premixes in de laatste maand hebben gedronken dan jongens. Voor het drinken van sterke dranken in de laatste maand was het verschil naar geslacht alleen significant in 2019 (hoger onder meisjes).

ESPAD (15 en 16 jaar): ouder-kind relatie in 2023



Wat valt op?

- Het percentage 15- en 16-jarige scholieren dat aangeeft dat hun ouders weten wat ze 's avonds doen of waar ze op zaterdagavond zijn is hoger onder meisjes dan onder jongens van dezelfde leeftijd.
- Uit ander onderzoek van het Trimbos-instituut blijkt dat er een samenhang is tussen de ouder-kind-relatie en het alcoholgebruik van het kind in de laatste maand¹. Als voorbeeld; 15- en 16-jarige scholieren die veel steun ervaren van hun ouders geven minder vaak aan dat ze in de afgelopen maand alcohol hebben gedronken dan scholieren die minder steun ervaren van hun ouders.

1. Oostenbach, Morren, Tuithof & Rombouts (2025). Ouders en scholieren over de ouder-kind relatie, regels, toezicht en middelengebruik. Utrecht: Trimbos-instituut

Peilstationsonderzoek ouders (ouders van 12- t/m 16-jarigen):

Invloed op alcoholgebruik kind

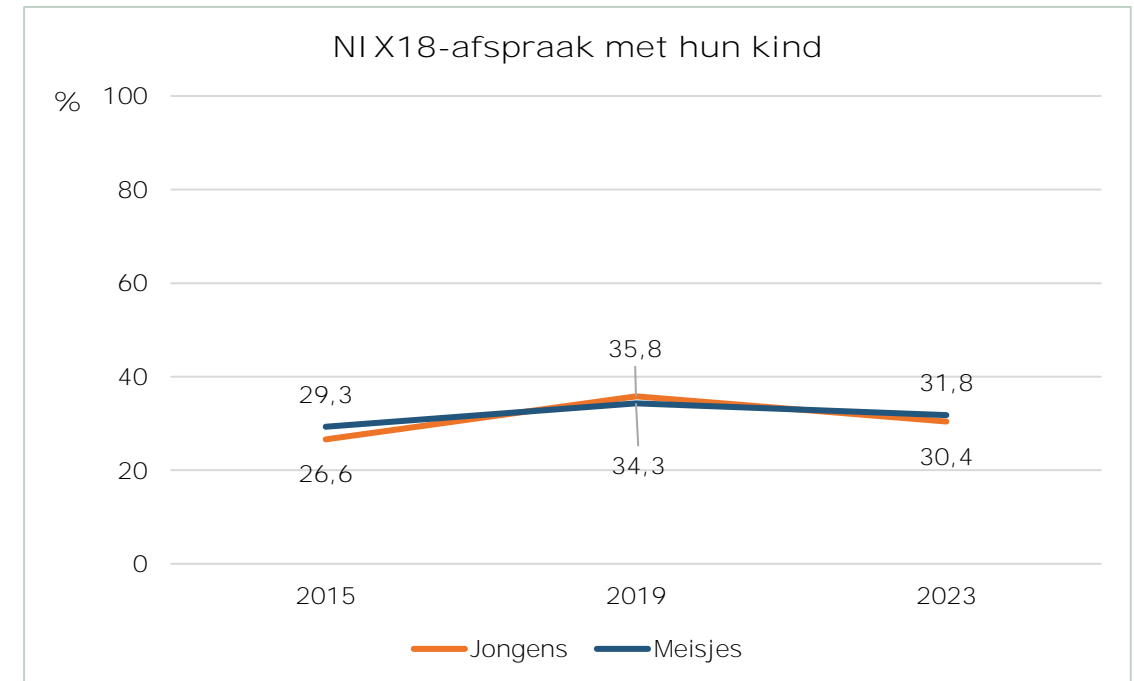
- Ouders van 12- t/m 16-jarige meisjes denken vaker invloed te hebben op het alcoholgebruik van hun kind dan ouders van jongens van dezelfde leeftijd (75,4% ten opzichte van 71,6%).

Praten met kind over alcoholgebruik

- Ongeveer 94,5% van de ouders zegt met hun kind te hebben gepraat over alcoholgebruik. Dit aandeel is hetzelfde bij jongens en meisjes.
- De onderwerpen waar ouders met hun kind over praten zijn bij jongens en meisjes hetzelfde:
 - Mening t.o.v. alcohol
 - Regels omtrent alcoholgebruik
 - **Risico's & gevolgen van alcohol drinken**
 - Groepsdruk

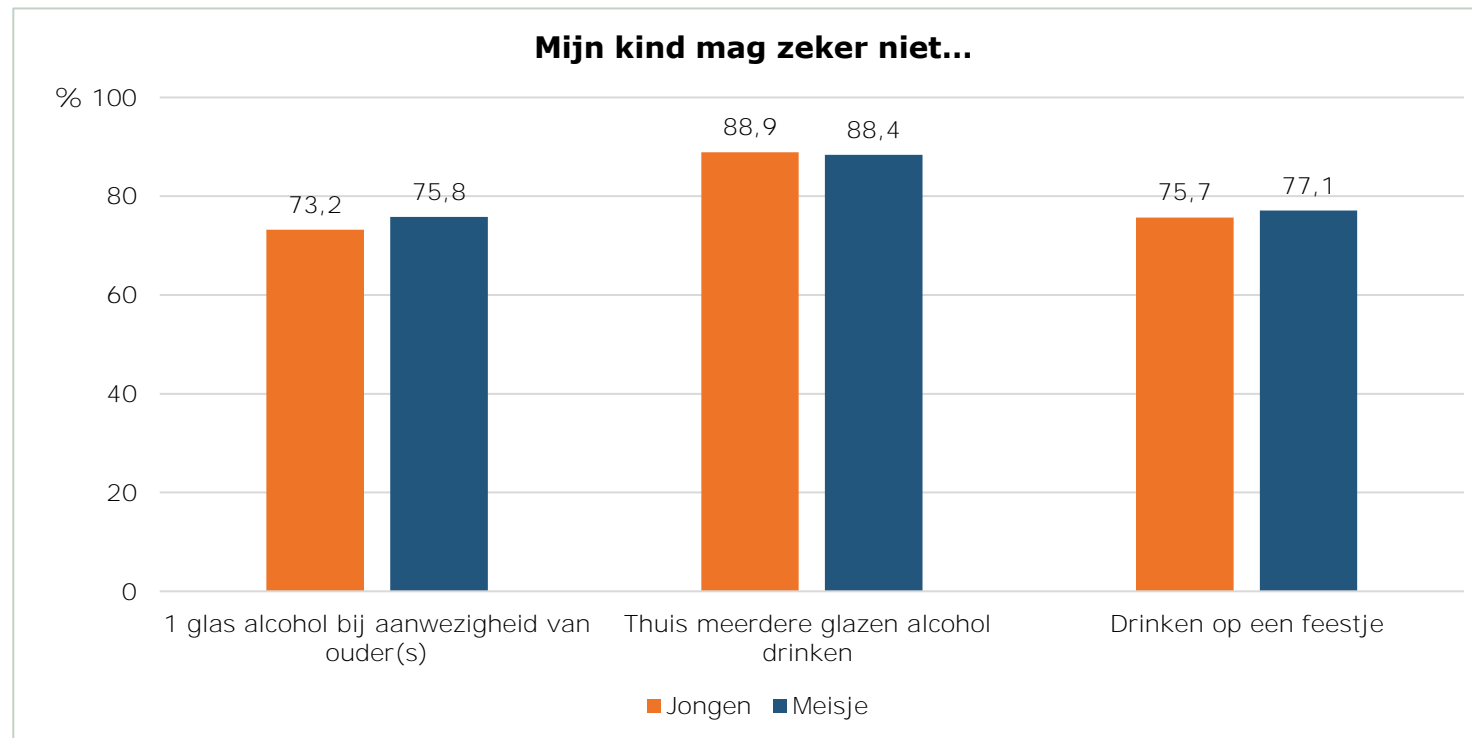
NIX18 afspraak

- **Tussen 2015 en 2019 steeg het aantal ouders met een 'niet drinken én niet roken tot 18 jaar (NIX18)'**-afspraken significant, zowel onder ouders van 12- t/m 16-jarige jongens als ouders van meisjes. Onder ouders van jongens daalde dit aandeel weer significant tussen 2019 en 2023.



Peilstationsonderzoek ouders (ouders van 12- t/m 16-jarigen):

- De regels die ouders hebben voor hun 12- t/m 16-jarige kind over alcoholgebruik verschillen niet naar geslacht.
- Voor zowel ouders van jongens als meisjes blijft het percentage dat regels stelt over alcoholgebruik over de drie metingen (2015-2019-2023) vrijwel gelijk.



Samenvattend

- Het aandeel scholieren dat alcohol drinkt neemt af, deze trend is ook in Europa te zien.

Veel glazen alcohol drinken (12 t/m 16 jaar):

- Meer jongens drinken 7 of meer glazen op een weekenddag dan meisjes. In 2023, dronken jongens gemiddeld ook meer glazen dan meisjes.
- Het gemiddeld aantal keren *binge* drinken (onder laatste maand gebruikers) verschilt in 2023 niet tussen jongens en meisjes.

Dronkenschap:

- Het percentage scholieren dat dronken is geweest in de laatste maand is in 2023 hoger onder meisjes.

Indrinken* (12 t/m 16 jaar):

- Het aandeel scholieren dat heeft ingedronken voor een feestje is hoger onder meisjes.
- Jongens drinken gemiddeld meer glazen tijdens het indrinken.

Soorten dranken* (15- en 16-jarigen):

- Jongens drinken vaker bier.
- Meisjes drinken vaker wijn of premixes.
- Meisjes zijn in de laatste jaren wel vaker bier gaan drinken.

Startleeftijd (12 t/m 16 jaar):

- **Tussen 2019 en 2023 is de gemiddelde startleeftijd voor de 'eerste keer alcohol drinken' en 'elke week alcohol drinken' onder zowel jongens als meisjes (12 t/m 16 jaar) gedaald.**

Ouders:

- Geen verschillen tussen jongens en meisjes in het aandeel ouders dat praat met hun 12- t/m 16-jarige kind en de regels die ouders stellen over alcoholgebruik door hun kind.

**onder laatste maand gebruikers*



Fase 2

Kwalitatieve verkenning ronde 1

Onderzoeksvraag 1b: Welke factoren (zoals o.a. sociale druk, houding, motivatie, context) spelen een rol bij overmatig alcoholgebruik en alcoholintoxicaties bij jongens en meisjes?

De eerste ronde van de kwalitatieve verkenning vond plaats aan de hand van 16 individuele video-interviews van 45 minuten per stuk. Het ging hier om 8 jongens en 8 meisjes, van 14-17 jaar. Van de jongeren dronken er 13 meer dan 10 glazen alcohol per maand. Binge drinken deden de jongeren 1 keer per maand (n=2), 2-3 keer per maand (n=7), 4-5 keer per maand (n=5) of meer dan 5 keer per maand (n=2). Van de jongeren waren er 2 op de SEH behandeld vanwege alcoholgebruik. Daarnaast waren er 11 jongeren die iemand anders kenden die op de SEH was behandeld vanwege alcoholgebruik. De overige kenmerken van de jongeren (zoals opleiding en gemeente) staan in de bijlage.

Drank als sociale lijm

Alcoholgebruik blijkt volgens de jongeren¹ vooral een sociale functie te hebben. Jongeren koppelen drinken aan samen zijn, ontspanning en het creëren van een gezellige sfeer. Het drinken vindt meestal plaats in het weekend, vaak bij iemand thuis, in een schuur, keet of tuin, of tijdens feestjes en festivals. Voor veel jongeren is het samenzijn met vrienden het belangrijkste motief om te drinken. Alcohol wordt gezien als een middel om de avond leuker te maken, om losser te worden en makkelijker te praten.

Jongeren geven aan dat alcohol helpt om drempels te verlagen, waardoor gesprekken spontaner verlopen en ze zich vrijer voelen om zichzelf te zijn. Dit geldt zowel voor grote groepen als voor kleinere settings. In kleinere groepen ontstaan vaker diepere of serieuzere gesprekken. Meisjes benoemen dat alcohol helpt om makkelijker met jongens te praten die ze leuk vinden om zich zo minder onzeker te voelen. Indrinken is een vast ritueel geworden, niet alleen om kosten te besparen, maar ook om samen alvast in de stemming te komen voordat men naar een feest of festival gaat.

Jongeren benoemen dat alcohol bijdraagt aan het gevoel van verbondenheid en het maken van gezamenlijke herinneringen. Het drinken wordt vaak als een vanzelfsprekend onderdeel van het sociale leven gezien, waarbij het ontbreken van **alcohol soms zelfs als 'saai' wordt ervaren. Samen drankspelletjes doen geeft de jongeren 'iets te doen.'** Tegelijkertijd geven jongeren aan dat het sociale karakter van drinken ook kan leiden tot groepsdruk, vooral in situaties waarin niet iedereen wil of kan drinken.

"Als je de hele avond alleen maar thee gaat lopen drinken, dan word je op een gegeven moment heel erg suf, terwijl dan wordt ook iedereen heel erg enthousiast en vertel je misschien dingen die je normaal niet zo heel snel zou vertellen of kom je ineens op hele gekke onderwerpen ofzo."

(meisje, 17 jaar)

"Dan ben ik wat spraakzamer... opeens is iedereen je beste vriend."

(jongen, 16 jaar)

"Ja, ik denk dat het ja beetje voor de gezelligheid. En ja, zeg maar, het klinkt een beetje raar, maar zo iets van dan heb je ook soort van wat te doen. Denk als je samen bent, anders kom je gewoon samen. En dan soort van zit je daar? Meestal ben je dan aan het drinken en dan wordt, weet je wel

gewoon gezellig."

(meisje, 15 jaar)

1. Met jongeren bedoelen we de jongeren die we gesproken hebben voor dit onderzoek.

Belang van vriendschap

Vriendschap staat centraal in het drinkgedrag van jongeren. Samen plannen maken, samen indrinken, samen naar feesten gaan en samen weer thuis komen, versterken de onderlinge band en zorgen voor gedeelde herinneringen. Alcohol fungeert als een ritueel van verbinding: het maken van verhalen, het beleven van avonturen en het creëren van een gevoel van saamhorigheid.

In een aantal vriendengroepen is er al redelijk wat onderlinge zorg: als iemand te veel heeft gedronken, wordt er water aangeboden, wordt diegene thuisgebracht of wordt er **ingegrepen als het mis dreigt te gaan. De norm van 'samen uit, samen thuis' is over het algemeen aanwezig en wordt als vanzelfsprekend ervaren.**

Tegelijkertijd kan de sterke band binnen de groep ook leiden tot sociale druk om mee te doen, vooral bij drankspelletjes of als het tempo hoog ligt. Jongeren geven aan dat het belangrijk is om elkaar te beschermen en dat vriendschap niet alleen draait om samen drinken, maar ook om het bieden van steun en het bewaken van elkaars grenzen. In situaties waarin iemand zich niet goed voelt of een moeilijke periode doormaakt, wordt er vaak samen iets leuks gedaan, waarbij alcohol soms een rol speelt om de sfeer te verbeteren of zorgen te vergeten. De groep fungeert als een veilige omgeving waarin jongeren zichzelf kunnen zijn, maar waarin ook ruimte is voor het maken van fouten en het leren van ervaringen.

*"Als we bijvoorbeeld hier met zijn allen gewoon zitten bij iemand thuis en je ziet in één keer dat bijvoorbeeld iemand wel echt heel dronken is. Dus ineens zit te kosten en zo, ja dan brengen we diegene gewoon even rustig thuis."
(meisje, 15 jaar)*

*"Ik let op vrienden en spreek ze aan als ze te ver gaan."
(jongen, 16 jaar)*

Groepsdruk en groepsdynamiek

Groepsdruk is een terugkerend thema in de interviews, maar wordt door jongeren op verschillende manieren ervaren. In jongensgroepen en bij drankspelletjes is de druk om mee te doen en veel te drinken vaak groter, vooral op jongere leeftijd. Competitie (**'wie kan het meest drinken'**) en **het willen bijhouden van het tempo van anderen spelen hierbij een rol. Jongeren geven aan dat het lastig kan zijn om 'nee' te zeggen, vooral als de groep enthousiast is of als men niet als 'saai' wil overkomen.**

Tegelijkertijd ontstaat er met de jaren meer autonomie en wordt het steeds normaler om een ronde over te slaan of minder te drinken, zeker als men sportverplichtingen heeft of zich niet fit voelt.

Groepsdruk kan ook positief werken, bijvoorbeeld door elkaar te stimuleren om grenzen te bewaken of minder te drinken als iemand al veel op heeft. In gemengde groepen en bij meiden is de groepsdruk vaak minder sterk en is er meer begrip voor **verschillende drinktempo's en** -wensen. Jongeren geven aan dat het belangrijk is om voor zichzelf op te komen en om eigen keuzes te maken, ondanks de groepsdynamiek.

*"Ja gewoon een beetje de groepsdruk. En misschien ook een beetje de fomo¹ dat je altijd wil meedoen natuurlijk. Al voel je niet zo lekker, maar ik denk als diegene dan bij ons, zo zegt van nee jongens, ik kan echt niet meer dan zeggen we, oké, dan hoeft het niet, zeg maar. Maar ja, groepsdruk speelt **natuurlijk wel een grote rol bij jongeren.**"*
(jongen, 16 jaar)

*"Je wilt niet die ene saaie gast zijn... groepsdruk **speelt wel een rol.**"*
(jongen, 16 jaar)

1. Fomo: fear of missing out.

Drinkpatronen en voorkeuren

De drinkpatronen van jongeren zijn sterk contextafhankelijk. De meeste jongeren drinken vooral in het weekend. Na toetsweken op school wordt er erg uitgekeken naar het drinken in het weekend. Bier is onder jongens veruit het populairst, terwijl meiden vaker kiezen voor wijn, zoete mixdrankjes of cocktails.

De hoeveelheid alcohol die jongeren drinken verschilt per setting: op feestjes en bij drankspelletjes wordt vaak meer gedronken dan als mensen met een klein groepje thuis afspreken. Ook maken jongeren uitzonderingen voor speciale gelegenheden, zoals kermis of carnaval. **Drankspelletjes en competitie ('wie kan het meest drinken')** zijn vooral populair in jongensgroepen en bij gemengde groepen op jongere leeftijd. Prijs en beschikbaarheid spelen een grote rol: thuis wordt meer gedronken omdat het goedkoper is, terwijl in clubs en op festivals het tempo lager ligt vanwege de hoge prijzen.

Jongeren regelen alcohol via oudere vrienden, broers/zussen, ouders of door te 'liften'¹ bij de supermarkt. Ouders zijn soms betrokken bij het faciliteren van alcoholgebruik, bijvoorbeeld door drank te kopen voor een feestje, maar laten het vaak aan de jongeren zelf over om hun grenzen te bewaken. Bij de jongeren die in dorpen en kleinere gemeenschappen wonen, is de beschikbaarheid van alcohol vaak groter en zijn ouders soms soepeler, terwijl in stedelijke gebieden leeftijdscontrole en prijs een grotere rol spelen.

Sterke drank wordt vooral gedronken tijdens indrinken, op feestjes of bij speciale **gelegenheden, maar veel jongeren zijn zich bewust van de risico's en negatieve** ervaringen die met sterke drank gepaard kunnen gaan. Sommigen mijden sterke drank na een negatieve ervaring, zoals een black-out of alcoholvergiftiging.

*"Bier in het weekend; op feestjes mixdrank. In de kroeg is drank te duur."
(jongen, 16 jaar)*

*"Als ik ga inhalen², doe ik het nu met bier in plaats van met sterke drank. Want toen heb ik dat met sterke drank gedaan. En dat ik eigenlijk zo op die manier moet inhalen, dat is ook iets dat ik eigenlijk **niet moet doen.**"
(jongen, 16 jaar)*

*"Liever bier en minder sterk, je kunt langer doorgaan."
(jongen, 17 jaar)*

1. Liften: Jongeren gaan bijvoorbeeld bij de deur van een supermarkt vragen aan 18-plussers om drank voor hen te halen.

2. Inhalen: In korte tijd veel alcohol drinken om op het niveau van anderen te komen.

Grenzen en leren door ervaring

Het leren kennen en bewaken van grenzen is voor jongeren een proces van vallen en opstaan. Vrijwel iedereen beschrijft dat grenzen vooral door ervaring worden ontdekt: door te experimenteren, soms teveel te drinken en daarvan te leren. Jongeren geven aan dat ze hun limiet herkennen aan lichamelijke signalen zoals draaierigheid, warmte, wazig zien, misselijkheid of de neiging tot overgeven. Dit hebben ze vaak pas door als ze even naar de wc lopen of gaan staan. Wanneer ze aan tafel zitten voelen ze dit meestal nog niet.

Jongeren geven aan dat het beschamend is wanneer je door drank moet overgeven, niks meer weet van de avond ervoor (black-out) of naar huis moet worden gebracht door je vrienden. Dit willen zij liever voorkomen. Daarnaast zorgen incidenten zoals alcoholvergiftiging, black-outs of het zien van vrienden die te ver gaan, er bij sommige jongeren voor bewuster om te gaan met hun eigen gebruik. Met name bij sterke drank, omdat dat volgens de jongeren vaak de oorzaak is. Sommige jongeren houden bewust bij hoeveel ze drinken, stappen over op water of fris als ze merken dat het teveel wordt, of nemen pauzes tijdens het drinken. Anderen vertrouwen meer op hun gevoel en letten op signalen van hun lichaam. In de interviews kwam naar voren dat jongeren hun grenzen beter bewaken naarmate ze ouder worden en meer ervaring hebben opgedaan.

Echter geven jongeren aan dat het bewaken van grenzen moeilijker is in situaties met veel groepsdruk, drankspelletjes of wanneer de sfeer erg gezellig is. In sommige situaties leven jongeren soms zo in het moment en gaan op in de gezelligheid dat ze grenzen die ze eerder bewaakten, toch over gaan. Dat geldt vooral voor meer 'speciale' gelegenheden, zoals carnaval en kermis. Groepsdruk gaat vooral een rol spelen als jongeren drinken met mensen waar ze normaliter niet mee drinken. Ze omschrijven bijvoorbeeld dat ze meedrinken op het (hogere) tempo van de vrienden van een oudere broer of zus. In gemengde groepen en bij vertrouwde vrienden is er vaak meer ruimte om grenzen aan te geven en wordt er op elkaar gelet. Jongeren benoemen dat ze elkaar aanspreken als iemand te veel heeft gedronken en dat het normaal is om af en toe een drankje over te slaan of minder te drinken als de situatie daarom vraagt.

*"Na een paar keer fout doen kom je erachter."
(jongen, 16 jaar)*

*"Black-out is een no-go."
(meisje, 14 jaar)*

*"Black-outs zijn voor mij een duidelijk nadeel, dan had ik net zo goed niet kunnen komen."
(jongen, 17 jaar)*

*"Ja als ik bijvoorbeeld met een groep ben die ik nog niet heel erg goed ken, dan probeer ik mezelf wel gewoon in te houden. Want anders dan zet ik mezelf natuurlijk helemaal voor schut. Maar als ik met mijn groep ben met wie ik al vaker ben, dan weet ik dat in goede handen ben en kan ik wel wat meer **drinken**."
(meisje, 15 jaar)*

Rol van ouders

Ouders spelen een belangrijke, maar vaak indirecte rol in het alcoholgebruik van jongeren. In de meeste gevallen zijn ouders van jongeren die veel drinken op de hoogte van het feit dat hun kinderen drinken, maar stellen ze weinig strikte regels. Ook zijn ze vaak niet op de hoogte van wat hun kinderen precies doen. Ook als ouders wel kaders afspreken, is het lastig zicht houden op wat jongeren precies doen. Een van de jongeren deelt bijvoorbeeld dat ze op een avond bij een vriendin waren waar stevig gedronken werd. Toen de vader van deze vriendin binnenkwam schrok hij behoorlijk over hoeveel er gedronken was en in welke toestand de jongeren op dat moment waren. Regels die genoemd worden zijn bijvoorbeeld: niet dronken thuiskomen, laten weten waar je bent, een berichtje sturen bij thuiskomst, of niet drinken voor je 18e.

Sommige ouders faciliteren gecontroleerd drinken door drank te kopen voor een feestje of toe te staan dat jongeren thuis drinken. Soms met het idee dat openheid beter werkt dan verbieden, soms omdat ouders denken dat het geen kwaad kan. Ze geven dan bijvoorbeeld 10 biertjes voor 4 jongeren om te delen. Vooral met sterke **drank zijn ouders vaak terughoudend en wijzen ze op de risico's. Jongeren waarderen** het als ouders bereikbaar zijn als er iets misgaat en vinden het prettig als er ruimte is voor een open gesprek. Jongeren geven aan dat ze het belangrijk vinden dat ouders vertrouwen geven en grenzen stellen die het functioneren en welzijn bewaken, maar dat te strenge regels kunnen leiden tot stiekem gedrag.

*"Beter gecontroleerd thuis leren drinken dan verbieden."
(jongen, 17 jaar)*

*"Mijn moeder koopt soms een flesje wijn. Maar sterke drank koopt ze niet."
(meisje, 15 jaar)*

*"Ik heb vrienden waarvan de ouders Islamitisch zijn, die verbieden alcohol helemaal. Daardoor gaan die vrienden altijd stiekem op straat drinken en drinken ze ook echt veel, ze worden dan vervelend en gaan mensen lastig vallen enzo. Ze zijn jaloers op dat mijn ouders zo chill zijn."¹
(meisje, 17 jaar)*

1. Deze quote komt uit interview ronde 2.



Fase 3 Expertsessie

Onderzoeksvraag 2: Welke mogelijke oplossingsrichtingen hebben potentie om het risicogedrag rondom alcoholgebruik van jongens en meisjes te verminderen?

Tijdens de expertsessie hebben 11 experts o.a. concrete oplossingsrichtingen opgesteld. De meest kansrijke oplossingsrichtingen (volgens de experts) zijn uitgewerkt tot concrete voorstellen die geschikt waren om voor te leggen aan de jongeren in fase 4, onderbouwd op basis van gedragsdeterminanten:

1. **Stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's.**
 - Alcohol drinken niet de norm maken en het gewoontegedrag doorbreken door te richten op andere leuke hobby's.
2. Influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren en het gesprek over alcohol aan te gaan.
 - Rolmodellen inzetten om de attitude t.o.v. alcohol drinken te veranderen, gezond gedrag te normaliseren en gesprekken over alcohol met elkaar aan te gaan.
3. Signalen leren herkennen bij jezelf en anderen.
 - Vergroot de kennis over alcohol bij jongeren en richt zich op de gedragsdeterminant self-efficacy¹.
4. Ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met de jongeren gaat.
 - Taboe doorbreken en juist een open gesprek blijven voeren over alcohol drinken.
5. Campagne gericht op jongeren.
 - Richt zich op waarden die jongeren belangrijk vinden. De campagne zal de jongeren emotioneel raken waardoor ze hun eigen narratief willen veranderen en gedragsverandering optreedt.

1. Het geloof of de overtuiging in eigen kunnen om met succes specifieke taken uit te voeren, problemen op te lossen of doelen te bereiken.

Bij het testen van oplossingsrichtingen en welke impact dit mogelijk op gedrag heeft, is het belangrijk dat we jongeren niet enkel bevragen naar hun rationele weloverwogen, beslissingen. Dit vormt vaak een minder goede voorspeller van alledaags gedrag¹. Door concepten te visualiseren en de jongeren te bevragen naar hun eerste reactie en instinct, komen we ook bij hun meer emotionele beleving. We hebben de vijf initiële oplossingsrichtingen uit de expertsessie naar visuele concepten vertaald, op basis van inzichten uit de eerste interviewronde zodat ze aansluiten bij de leefwereld van jongeren. Een aantal van deze oplossingsrichtingen worden ook al getest in andere projecten, zoals een sportpas voor jongeren².

Oplossingsrichting	Visueel concept
1. Stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's	Een app waar jongeren een voucher kunnen besteden aan activiteiten
2. Influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren en het gesprek over alcohol aan te gaan	TikTok influencer legt uit hoe je anderen kan aanspreken om het gesprek over alcohol aan te gaan.
3. Signalen leren herkennen bij jezelf en anderen	Lessen op school over het leren herkennen van signalen van (naderend) dronkenschap bij jezelf en anderen
4. Ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met de jongeren gaat	Ouders checken hoe het gaat als jongeren aan het drinken zijn
5. Campagne gericht op jongeren	Campagne op gedragsinzicht: als je zulke goede vrienden bent, waarom laat je dan je vrienden comazuipen? Gericht op het belang van vriendschap en voor elkaar helpen wanneer iemand te veel gedronken heeft of 'moet' drinken

1. Marteau, T.M. (2018). The art of medicine: Changing minds about changing behaviour. *The Lancet* 391(10116): 116-117.

2. [Pilot sportpas jongeren van start in drie gemeenten | Nieuwsbericht | Rijksoverheid.nl](#).



Fase 4

Kwalitatieve verkenning ronde 2



Onderzoeksvraag 2: Welke mogelijke oplossingsrichtingen hebben potentie om het risicogedrag rondom alcoholgebruik van jongens en meisjes te verminderen?

De tweede ronde van de kwalitatieve verkenning vond plaats aan de hand van 16 individuele video-interviews van 45 minuten per stuk. Het ging hier om een nieuwe groep jongeren, met 8 jongens, 7 meisjes en 1 non-binair persoon, van 14-17 jaar. Van de jongeren dronken er 14 meer dan 10 glazen alcohol per maand. Binge drinken deden de jongeren 1 keer per maand (n=1), 2-3 keer per maand (n=7), 4-5 keer per maand (n=6) of meer dan 5 keer per maand (n=2). Van de jongeren was er 1 op de SEH behandeld vanwege alcoholgebruik. Daarnaast waren er 12 jongeren die iemand anders kenden die op de SEH was behandeld vanwege alcoholgebruik. De overige kenmerken van de jongeren (zoals opleiding en gemeente) staan in de bijlage.

In het huidige rapport zijn de visuele concepten gepresenteerd op volgorde van de beoordeling van jongeren; het best beoordeelde concept als eerst en het slechtst beoordeelde concept als laatst. Dit betekent dat onderstaand visueel concept volgens jongeren¹ het meest effectief lijkt om alcoholintoxicaties te voorkomen, het best uitvoerbaar is, en het best aanspreekt/aansluit bij henzelf en bij leeftijdsgenoten.

Visueel concept 3. Signalen leren herkennen bij jezelf en anderen²



1. Met jongeren bedoelen we de jongeren die we gesproken hebben voor dit onderzoek.
2. Aangezien het visueel concept met AI gemaakt is, is niet de volledige tekst leesbaar op het scherm.

Visueel concept 3. Signalen leren herkennen bij jezelf en anderen

Aantrekkelijkheid en aansluiting bij de doelgroep

Veel jongeren vinden het goed dat er aandacht is voor signalen van te veel drinken, vooral als het praktisch en interactief wordt gebracht. Zo noemt een jongere dat het **zou helpen als je met z'n allen in een kring zit, zo faciliteer je een open gesprek.**

Jongeren geven aan dat lessen over alcohol vaak te laat komen. De lessen van nu vinden tijdens biologie plaats en gaan vooral over de fysieke schadelijke effecten van alcohol op je lichaam, en niet over signalen herkennen en wat je kan doen als het misgaat bij jezelf of een vriend. Een externe spreker of ervaringsdeskundige maakt meer indruk dan een docent.

Verwachte effectiviteit

De verwachting is dat het vooral helpt om veiliger te drinken, niet per se minder. Voor jongeren die al drinken, zal het gedrag niet snel veranderen. Het herkennen van signalen kan ervoor zorgen dat jongeren eerder ingrijpen bij zichzelf of vrienden, waardoor ernstige situaties (zoals alcoholvergiftiging) voorkomen kunnen worden. Jongeren benoemen daarbij wel dat het belangrijk is dat de lessen al in de onderbouw worden gegeven. Het liefst rond de 14 jaar, dan ben je het waarschijnlijk net voor.

Uitvoerbaarheid en duurzaamheid

Volgens de jongeren is het zeker uitvoerbaar, mits het niet te saai is. Voor veel jongeren zou het vooral aanspreken als het interactief is. Ook helpt het als het gecombineerd wordt met bestaande lessen, zoals een mentoruur. Een andere optie is een gastcollege, waarbij een gastspreker meer respect zou afdwingen. Daardoor zouden jongeren open en eerlijker zijn en het onderwerp serieuzer nemen. Herhaling is belangrijk. Een korte, krachtige les werkt beter dan een lang hoorcollege.

"Als het gewoon echt op zo'n schoolse manier gaan spreken, dan denk ik dat het veel minder effectief zal zijn dan als je het echt in een... kring gaat zitten... en dat je dan gewoon een gesprek met elkaar aangaat."

(jongen, 17 jaar)

*"Ik denk dat het wel goed kan zijn. Ik denk inderdaad ook om te herkennen wanneer je dan iemand een alcoholvergiftiging begint zeg maar op te lopen. Ik heb echt veel verhalen van gehoord van jonge dingen weer bij de **EHBO liggen.**"*

(jongen, 17 jaar)

Visueel concept 3. Signalen leren herkennen bij jezelf en anderen

Valkuilen en risico's

Risico is dat jongeren niet opletten, of dat het niet bij de juiste doelgroep landt. Ook **kan het zijn dat jongeren het als 'schools' afdoen en daardoor niet serieus nemen.** Dit geldt vooral voor jongeren die zich sowieso al afkeren tegen school. Het maakt dan niet uit waar het onderwerp over gaat.

Optimalisatie van het concept

Begin vroeg (onderbouw), maak het interactief en persoonlijk. Gebruik ervaringsverhalen, praktijkvoorbeelden en eventueel hulpmiddelen als brillen of simulaties. Herhaal de boodschap op verschillende momenten. Zorg dat het niet alleen over de gevaren gaat, maar ook over wat je kunt doen als het mis dreigt te gaan.

*"We zijn allemaal jongeren en heel veel van ons hebben er gewoon op school echt geen zin in. Dus ik denk dat dat best wel lastig gaat zijn om dan daarmee echt een punt over te krijgen."
(meisje, 17 jaar)*

*"Laat zien wat er echt kan gebeuren, met voorbeelden of filmpjes."
(jongen, 14 jaar)*

Kwalitatieve verkenning ronde 2



Visueel concept 5. Campagne gericht op jongeren



Visueel concept 5. Campagne gericht op jongeren

Aantrekkelijkheid en aansluiting bij de doelgroep

De boodschap 'als je zulke goede vrienden bent, waarom laat je dan je vrienden comazuipen?' wordt als krachtig ervaren door de jongeren. Het storyboard is herkenbaar voor de jongeren net als de focus op de vriendschap en voor elkaar opkomen en elkaar helpen. Bovendien geven veel jongeren aan dat ze nu al op elkaar letten als ze alcohol drinken. De campagne spreekt vooral aan als het herkenbaar is, dit zal ervoor zorgen dat jongeren de video naar elkaar doorsturen. Sommigen vinden het idee van een speech vooraf wat 'gemaakt' en zien zichzelf dat niet doen bij de vriendengroep. Daarentegen zou zo'n campagnevideo de jongeren wel emotioneel kunnen raken wat er weer voor zorgt dat ze met elkaar het gesprek over alcohol aangaan en bespreken dat ze elkaar zullen helpen.

Verwachte effectiviteit

Jongeren benoemen dat ze vooral denken dat zo'n campagne helpt om jongeren veiliger te laten drinken en elkaar te beschermen tegen teveel drinken. Ze zouden voor elkaar opkomen als ze zien dat iemand veel moet drinken tijdens een drankspelletje. De verwachting is dat het vooral voor meer bewustwording zorgt en een gesprek stimuleert. Daarbij moet gezegd worden dat veel jongeren benoemen dat ze het op dit moment al vaak opkomen voor elkaar.

*"Ik denk dat dat wel zou helpen. Ik denk dat dan misschien wel... als ik een keer zo'n leuke video zou zien met van die meiden dat ik daar dan misschien naar mijn vriendin zou sturen en dat we de volgende keer dan ook **zoiets tegen elkaar zouden zeggen.**"*
(meisje, 15 jaar)

*"Als je inderdaad met zo'n drankspelletje heel vaak aan de beurt bent, dan ja, ben je aan de beurt. Als je dan met andere vrienden erbij zit, die kunnen dan zeggen 'nu is het wel goed zo', iemand anders is even aan de beurt. Samen ben je toch sterker dan **alleen.**"*
(jongen, 17 jaar)

Visueel concept 5. Campagne gericht op jongeren

Uitvoerbaarheid en duurzaamheid

De jongeren vinden het een uitvoerbaar idee. Ze zien voor zich dat de campagnevideo vooral te zien is via sociale media (TikTok, Instagram), maar ook op de televisie als reclamespotje. Daarbij wordt gezegd dat als de video op televisie te zien zou zijn dit er weer voor zorgt dat ouders het ook te zien krijgen. Dit stimuleert mogelijk weer het open gesprek over alcohol met hun kinderen. Herhaling en variatie zijn daarnaast belangrijk.

Valkuilen en risico's

Het belangrijkste is dat de campagnevideo realistisch moet overkomen. De jongeren geven aan dat het onderste scenario minder realistisch is omdat de jongeren daar al op een feestje zijn. Dan zal je niet snel meer zo iets tegen elkaar zeggen.

Optimalisatie van het concept

Maak het herkenbaar, gebruik verschillende scenario's (meisjes, jongens, gemixte groepen), en houd het laagdrempelig. Gebruik muziek, humor en korte, krachtige boodschappen. Herhaal de boodschap op verschillende plekken (sociale media, posters, school). Zodra de video jongeren raakt, brengt het een gesprek op gang.

*"Ik kijk zelf niet zoveel TV, maar er zijn wel veel mensen die wel veel TV kijken, ook jonge mensen gewoon. Dus ik denk dat dat sowieso goed is en dan zien de ouders het ook. Dat is denk ik goed, want als dan die ouders die reclame zien en dan tijdens het avondeten ofzo komt het dan wel eerder ter sprake, dus dat is ook wel belangrijk, denk ik. Dan komen ze ineens van ja, hoe gaat het eigenlijk bij jullie? Weet je wel, letten jullie ook op elkaar op die manier? Ik denk dat dat wel goed is en op TikTok ofzo dat soort reclames en op Instagram dat de jeugd het zelf ook echt heel veel te zien krijgt, denk ik dat dat goed is."
(meisje, 17 jaar)*

Visueel concept 2. Influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren en het gesprek over alcohol aan te gaan



Visueel concept 2. Influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren en het gesprek over alcohol aan te gaan

Aantrekkelijkheid en aansluiting bij de doelgroep

Het inzetten van influencers wordt als kansrijk gezien, mits het verhaal geloofwaardig is. Bekende namen kunnen helpen maar het moet wel passen bij hun imago. Zo zijn **er ook veel influencers die in hun andere video's drank juist promoten of laten zien** dat ze veel alcohol drinken. Als jongeren zien dat het om een advertentie gaat, scrollen ze er ook voorbij. Daarnaast geven jongeren aan dat korte, persoonlijke verhalen beter werken dan belerende boodschappen. Ervaringsverhalen van jongeren die zelf vervelende dingen met alcohol hebben meegemaakt, maken meer indruk wat ervoor kan zorgen dat de video wordt doorgestuurd.

Verwachte effectiviteit

Of dit concept effect zal hebben, hangt volgens de jongeren sterk af van de geloofwaardigheid en herkenbaarheid. Sommige jongeren noemen dat ze door schokkende filmpjes over vapes of drugs hun gedrag hebben aangepast. Bij een filmpje over alcohol verwachten ze vooral meer bewustwording, niet direct minder drinken.

Uitvoerbaarheid en duurzaamheid

Het is uitvoerbaar als influencers bereid zijn mee te werken en de boodschap op een natuurlijke manier brengen, of als er jongeren te vinden zijn die hun eigen negatieve **ervaringen met alcohol willen delen. Regelmatige herhaling en variatie in scenario's** zijn belangrijk om de aandacht vast te houden. Duurzaamheid hangt af van de bereidheid van influencers en de mate waarin jongeren zich blijven herkennen in de content.

"Gewoon op een leerzame manier zoals het kanaal van Feitje van de Dag... hij vertelt duidelijk en niet op een schoolse manier."

(meisje, 17 jaar)

"Ik heb weleens op TikTok heftige verhalen over vapes gezien van mensen die allemaal klaplongen hadden enzo, en daardoor ben ik echt niet meer gaan vaperen voor 3 maanden lang."

(meisje, 15 jaar)

Visueel concept 2. Influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren en het gesprek over alcohol aan te gaan

Valkuilen en risico's

Als de boodschap te belerend is, scrollen jongeren snel door. Ook kan het averechts werken als de verkeerde influencer wordt ingezet of als het niet authentiek overkomt. Een influencer die zelf veel drinkt zou niet geloofwaardig overkomen. Ze benoemen ook dat er een risico is op negatieve reacties of dat jongeren het niet serieus nemen als ze zo iets te zien krijgen.

Optimalisatie van het concept

Kies influencers die aansluiten bij de doelgroep en geloofwaardig zijn. Gebruik korte, **pakkende video's met herkenbare situaties. Laat influencers hun eigen ervaringen** delen en geef praktische tips. Vermijd een te belerende toon en zorg voor variatie in de boodschappen.

*"Het moet niet te geforceerd zijn, anders scroll ik meteen door."
(jongen, 16 jaar)*

Visueel concept 4. Ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met de jongeren gaat



Visueel concept 4. Ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met de jongeren gaat

Aantrekkelijkheid en aansluiting bij de doelgroep

De meningen onder de jongeren zijn verdeeld. Veel jongeren vinden het goed als ouders **af en toe even komen kijken op een 'chill avond' of rondlopen tijdens huisfeestjes**. Ze zeggen hierbij dat het niet te controlerend moet zijn. De sfeer en de band met ouders zijn bepalend. Sommigen vinden het juist fijn als ouders betrokken zijn, anderen vinden het storend. Zo noemt een jongere dat hij het altijd gezellig vindt als ouders ook bij de feestjes aanwezig zijn. Dit is ook gelijk een moment waarop je als ouder even kan kijken hoe het gaat. Zo kwam een moeder de hele avond bij het Halloween feestje zitten, wat hij als leuk heeft ervaren. Een andere jongere laat juist weten het ongemakkelijk te vinden als een ouder er de hele tijd bij gaat zitten. Hij heeft liever dat ze af en toe even de kamer in komen lopen. Daarnaast benoemen de jongeren ook dat ze het vooral heel fijn vinden als ze met hun ouders open over alcohol kunnen praten. Bij jongeren waar dit al gebeurt **komen de ouders ook wat vaker langs tijdens een 'chill avond' of feestje**. Dit wordt dan ook niet als vervelend ervaren door de vriendengroep.

Verwachte effectiviteit

De verwachting is dat het vooral helpt om veiliger en minder te drinken, maar het zal niet voorkomen dat jongeren drinken. De jongeren laten weten dat het checken/langskomen van ouders ervoor zorgt dat jongeren zich meer inhouden met alcohol drinken. Het is toch gênant om over te geven in het toilet terwijl de ouders in de buurt zijn. Jongeren waarvan de ouders streng tegen alcohol zijn, gaan stiekem drinken, bijvoorbeeld op straat, en drinken dan vaak meer. Open over alcoholgebruik kunnen praten met je ouders als jongere zal er ook aan bijdragen dat ouders gewenst zijn als ze even komen checken.

*"Ik denk dat het heel erg ligt aan de band met hun ouders. Ik denk dat sommige mensen het echt wel heel leuk zouden vinden als gewoon ouders gezellig mee zouden borrelen met hun. Maar ik denk dat sommige kinderen dat echt heel vervelend zouden vinden. Maar ik denk dat dat meer gewoon een soort van per persoon is ja, dat per persoon verschilt, omdat gewoon de band met hun ouders gewoon verschilt. Ik denk dat **dat heel veel uitmaakt.**"*
(meisje, 17 jaar)

*"Als ouders hun huis openstellen voor dit soort avonden dan hoef je het minder snel buiten te deur te zoeken en dan ben je toch wat chiller, kunnen de ouders een oogje in het zeil houden en dan ga je misschien zelf **ook wat minder drinken...**"*
(jongen, 17 jaar)

Visueel concept 4. Ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met de jongeren gaat

Uitvoerbaarheid en duurzaamheid

Dit concept is volgens jongeren uitvoerbaar, mits ouders niet te streng zijn en niet alcohol volledig verbieden. Anders zullen jongeren stiekem op straat gaan drinken of op andere plekken waar de ouders niet aanwezig zijn. Als dat gebeurt, zou de interventie niet uit te voeren zijn. Het werkt vooral als ouders open zijn en vertrouwen geven. Te veel controle werkt averechts.

Valkuilen en risico's

Een van de valkuilen kan zijn dat ouders te soepel zijn wat betreft alcohol drinken op jonge leeftijd als ze komen checken. Zo benoemde een jongere dat een moeder langskwam op het feestje van haar dochter, maar niks deed toen haar dochter te veel **gedronken had. Als dat het geval is dan zou het concept 'komen checken' niet effectief** zijn om jongeren veiliger te laten drinken.

Optimalisatie van het concept

Jongeren adviseren om ouders te stimuleren tot openheid en vertrouwen. Laat ouders weten dat af en toe checken goed is, maar niet te vaak. Ouders kunnen voorlichting krijgen over hun rol. Binnen de NIX18 campagne¹ zijn er al tips voor ouders.

*"Ik vind het altijd wel gezellig als iemands vader of moeder binnenkomt meestal... Maar bij sommige mensen is het ook dat als die ouders ineens bijvoorbeeld beneden komen... dat we dan heel snel alle dranken weg moeten doen, omdat we ook niet mogen drinken die avond."
(meisje, 15 jaar)*

*"Als je nou echt soepele regels hebt en ze een beetje hun gang laat gaan, maar wel zorgen dat het goed blijft gaan, dan vinden jongeren dat ook wel een aantrekkelijk aanbod."
(meisje, 16 jaar)*

1. [Tips voor ouders | NIX18](#).

Visueel concept 1. Stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's

Het stimuleren van alternatieve manieren van tijdsbesteding, zoals hobby's was een belangrijke suggestie van experts. Zij haalden daarvoor inspiratie uit het preventiemodel uit IJsland, waarbij het verschaffen van tijdsvermaak leidde tot minder alcohol misbruik¹. Binnen het huidige onderzoek testen we hoe Nederlandse jongeren die overmatig drinken naar de oplossingsrichting kijken.



1. De Jong, I.M. et al. (2021). Implementation of the Icelandic Prevention Model: A critical discussion of its worldwide transferability. *Drugs: Education, Prevention and Policy* 28(4), 367-378.

Visueel concept 1. Stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's

Aantrekkelijkheid en aansluiting bij de doelgroep

De eerste reactie van veel jongeren was dat ze dachten dat het een app was om nieuwe mensen te leren kennen. Ze vinden het idee van alternatieve activiteiten op zich leuk, maar de aansluiting hangt sterk af van het soort activiteiten en de manier van aanbieden. **Activiteiten als yoga, wandelen of fotografie worden door sommigen als "niet aantrekkelijk" of "te suf" gezien. Sporten, gamen, koken of muziek maken worden vaker genoemd als wél passend.** De meeste jongeren geven aan dat ze liever met hun eigen vriendengroep iets ondernemen dan met onbekenden. Daarnaast zouden ze deze activiteiten ook liever zelf organiseren met hun vriendengroep dan dat ze zich zouden **inschrijven via de app. Ook leeft het idee dat zo'n app vooral voor jongeren zonder vrienden bedoeld is.** Daarnaast geven sommige jongeren aan al genoeg hobby's te hebben, dus niet snel gebruik zouden maken van een dergelijke app. Dit geldt vooral voor jongeren die in de stad wonen. Daar is meer aanbod qua activiteiten dan in een dorp.

Verwachte effectiviteit

De meeste jongeren denken dat alternatieve activiteiten niet direct zullen leiden tot minder drinken. Uit een interview bleek dat jongeren zich bewust indrinken voorafgaand aan een activiteit, zoals een schoolreisje naar de Efteling. Zo maken ze het voor hun gevoel leuker en spannender. Sommigen zien wel een kans voor jongeren die uit **verveling drinken, maar voor de 'harde kern' die drinken als vast ritueel ziet, zal het** weinig verschil maken. Het idee wordt vooral gezien als aanvullend, niet als vervanging van bestaande gewoontes rondom drinken.

*"Het is een leuk idee, maar ik denk niet dat het echt iets verandert. Je gaat gewoon een andere keer drinken."
(meisje, 16 jaar)*

*"Nee, want ik heb zelf bijvoorbeeld ook heel vaak als er dan bijvoorbeeld een activiteit is, dat ik dan met een paar vriendinnen zeg, zullen we hiervoor indrinken om het nog leuk te maken... Dus ik denk dat het niet echt gaat helpen eigenlijk."
(meisje, 15 jaar)*

Visueel concept 1. Stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's

Uitvoerbaarheid en duurzaamheid

Het idee wordt uitvoerbaar geacht mits het aanbod aantrekkelijk is, goed gepromoot wordt en er voldoende deelnemers zijn. De moeilijkheid rondom de uitvoerbaarheid is vooral dat, wanneer je dit op een los platform aanbiedt, het eerst populair moet worden. Pas als het populair is, geven sommige jongeren aan dat ze het ook willen gebruiken. De app kan dan bijvoorbeeld via sociale media of school bekend worden gemaakt. Daarnaast zijn veiligheid (bijv. leeftijdsgrens) en laagdrempeligheid belangrijk om je aan te melden.

Valkuilen en risico's

De grootste valkuil is dat het aanbod niet aansluit bij de doelgroep, waardoor jongeren afhaken. Ook kan het zijn dat jongeren alsnog alcohol meenemen naar alternatieve activiteiten. Er is ook een risico dat het als 'saai' of 'voor buitenstaanders' wordt gezien.

Optimalisatie van het concept

Jongeren adviseren om het aanbod te verbreden (meer sport, gamen, muziek, creatieve workshops), het aantrekkelijk te maken (goede foto's, kleurrijke app), en te zorgen dat je met je eigen vriendengroep kunt deelnemen.

*"Ik denk heel eerlijk gezegd dat niet veel mensen het gaan gebruiken. Stel je voor het is zo'n app waar niemand van weet en de net wat minder populaire kinderen erop zitten, dan wordt het niet echt een groot succes. Maar als het wel een populaire app wordt en er zitten echt leuke activiteiten bij dan kan het wel leuk zijn."
(meisje, 15 jaar)*



Conclusies en aanbevelingen

Het doel van het huidige onderzoek was om enerzijds beter zicht te krijgen op jongeren van 12-17 jaar in relatie tot alcoholintoxicaties. Anderzijds wilden we met experts verkennen wat mogelijke oplossingsrichtingen zijn om alcoholintoxicaties te verminderen. Deze oplossingsrichtingen zijn vervolgens voorgelegd aan de einddoelgroep, om deze te toetsen en concretiseren. De onderzoeksvragen worden in dit hoofdstuk beantwoord.

1. Welke factoren verklaren de verschillende trends in alcoholintoxicaties tussen jongens en meisjes?

a. Wat zijn de verschillen tussen jongens en meisjes in alcoholgebruik, drinkpatronen, percepties rondom alcoholgebruik en de regels van ouders over het alcoholgebruik van hun zoon of dochter? En hoe zijn deze verschillen veranderd over de tijd (2015-2019-2023)?

Uit de inventarisatie van bestaande data blijkt dat het aandeel scholieren dat alcohol drinkt de afgelopen jaren afneemt. Jongens drinken gemiddeld meer glazen alcohol dan meisjes, maar meisjes zijn vaker dronken en drinken vaker in vóór een feestje. Jongens kiezen vooral voor bier, terwijl meisjes vaker wijn of premixen drinken. Er waren weinig verschillen tussen jongens en meisjes in de rol van ouders rondom alcoholgebruik.

b. Welke factoren (zoals o.a. sociale druk, houding, motivatie, context) spelen een rol bij overmatig alcoholgebruik en alcoholintoxicaties bij jongens en meisjes?

Uit gesprekken met 16 jongeren bleek dat bij (hun) overmatig alcoholgebruik de volgende factoren een rol speelden:

- Jongeren voelen intrinsieke motivatie voor (overmatig) drankgebruik.
De eerste keren drinken is voor jongeren een spannende periode, waar ze zich willen bewijzen en laten zien wat ze op kunnen. Naarmate jongeren **ouder worden, wordt alcohol drinken steeds meer onderdeel van een 'normale' groepsdynamiek; met alcohol vinden ze het gezelliger** en voelen ze zich met elkaar verbonden, ontstaan er betere gesprekken en durven ze over sociale drempels te stappen die ze anders niet nemen. Sommige jongeren vinden het zelfs saai zonder alcohol.
- Jongeren voelen intrinsieke motivatie om de gevolgen van (overmatig) drankgebruik te voorkomen.
Veel jongeren proberen de negatieve gevolgen van overmatig drankgebruik te voorkomen. In hun optiek hebben delen van je avond kwijt zijn (i.e. een black-out hebben) of overgeven door de drank negatieve impact op hoe vrienden hen zien.
- Groepsdruk en groepsdynamiek zorgen ervoor dat jongeren hun grenzen overgaan.
Jongeren geven aan dat ze inmiddels weten hoeveel alcohol ze op kunnen, en dat ze dit hebben geleerd door hun grenzen te testen. Ook als jongeren hun grenzen kennen, gaan ze daar toch overheen door groepsdruk, groepsdynamiek of spanning.
- Het drinken van sterke drank leidt makkelijker tot overschrijden van grenzen.
Het inschatten van waar je grens ligt, wordt bemoeilijkt op het moment dat er sterke drank in het spel is. In bier en wijn zit vrijwel altijd dezelfde hoeveelheid alcohol. Sterke drank leidt vaker tot verkeerde inschattingen van de hoeveelheid alcohol.
- Er zijn kleine verschillen tussen jongens en meisjes.
Uit de gesprekken met jongeren komt ook naar voren dat jongens vaker bier drinken en meisjes vaker mixdrankjes. Voor zowel jongens als meisjes geldt dat alcohol helpt om drempels weg te nemen; jongens hebben vaker diepere gesprekken en meisjes stappen gemakkelijker op iemand af.

2. Welke mogelijke oplossingsrichtingen hebben potentie om het risicogedrag rondom alcoholgebruik van jongens en meisjes te verminderen?

Tijdens de expertsessie zijn er 5 kansrijke oplossingsrichtingen opgesteld met 11 experts. De oplossingsrichtingen zijn vertaald naar visuele concepten, die vervolgens voorgelegd zijn tijdens een gesprek met 16 (andere) jongeren. Hieronder zijn de visuele concepten gepresenteerd op volgorde van de beoordeling van jongeren; het best beoordeelde concept als eerst en het slechtst beoordeelde concept als laatst.

Concept 3 Signalen leren herkennen bij jezelf en anderen

Het beter leren herkennen van signalen van (overmatig) drankgebruik zal volgens jongeren leiden tot veiliger drinken en dus het verminderen van alcoholintoxicaties. Ook sluit het aan bij de behoefte van jongeren om open in gesprek te kunnen over drinken.

Concepten 5 Campagne gericht op jongeren

Jongeren geven aan dat dit succesvol kan zijn in het verminderen van alcoholintoxicaties, doordat ze zich herkennen in de boodschap van vriendschap en er voor elkaar zijn.

Concept 2 Influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren

Het succes van deze interventie hangt af van de uitvoer. Als het op een manier gedaan wordt die voor jongeren herkenbaar en geloofwaardig is, dan denken jongeren dat dit een positief effect kan hebben op minder en veiliger drinken.

Concept 4 Ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met jongeren gaat

De jongeren reageerden wisselend op de aanwezigheid van ouders op feestjes. Enerzijds kan het (met duidelijke afspraken) goed zijn, anderzijds kan het te controlerend worden (waardoor jongeren ergens anders alcohol gaan drinken).

Concept 1 Stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's

De jongeren gaven aan hier weinig in te zien. Ze hebben naar eigen zeggen vaak al genoeg hobby's. Ook denken ze dat ze dan gewoon na de activiteit of hobby gaan drinken. Let wel, het concept is alleen voorgelegd aan jongeren die al alcohol drinken. Wellicht dat dit concept wel aansprekend is voor jongeren die nog geen alcohol drinken.

De jongeren die we hebben gesproken, gaven aan dat het binnen de oplossingsrichtingen vooral belangrijk is om het open gesprek over (overmatig) alcoholgebruik aan te gaan. Daarnaast bevelen ze aan om oplossingsrichtingen te combineren. Een integrale aanpak met verschillende oplossingsrichtingen zal volgens de jongeren leiden tot minder alcoholintoxicaties.

Op basis van de gesprekken met jongeren (tijdens de 2^e ronde) is onderstaande tabel gemaakt. Het laat zien wat volgens jongeren “do’s” en “don’t’s” zijn bij het uitwerken van de concepten tot een succesvolle uitvoer.

Concept	Do's	Don't's
3. Signalen leren herkennen bij jezelf en anderen	<ul style="list-style-type: none">• Interactief en dialoog aangaan• Gastles of ervaringsdeskundige	<ul style="list-style-type: none">• Alleen informatie delen
5. Campagne gericht op jongeren	<ul style="list-style-type: none">• Sociale media en TV-campagne	<ul style="list-style-type: none">• Onrealistische voorbeelden
2. Influencers/andere rolmodellen inzetten om gezond gedrag te stimuleren en het gesprek over alcohol aan te gaan	<ul style="list-style-type: none">• Geloofwaardige ervaringsverhalen• Authentiek en herkenbaar	<ul style="list-style-type: none">• Belerende toon• Advertenties inzetten• 'Verkeerde' influencer kiezen
4. Ouders checken tussentijds op feestjes hoe het met de jongeren gaat	<ul style="list-style-type: none">• Open gesprekken	<ul style="list-style-type: none">• Controlerend
1. Stimuleren van alternatieven, zoals het vinden van (nieuwe) hobby's	<ul style="list-style-type: none">• Sporten, gamen of muziek maken• Van tevoren kunnen zien wie er komen	<ul style="list-style-type: none">• Aanbod niet aansluiten op de doelgroep

Uit de gesprekken met jongeren en de expertsessie komen verschillende aanknopingspunten naar voren voor interventies die alcoholintoxicaties kunnen voorkomen. Daarbij is het essentieel dat interventies goed aansluiten op de leefwereld van jongeren, omdat zij anders geen effect zullen hebben. Tegelijkertijd bestaat het risico dat interventies die goed aansluiten, onbedoeld het alcoholgebruik onder jongeren kunnen normaliseren. Het leren herkennen van signalen van dronkenschap kan bijvoorbeeld bijdragen aan veiligheid, maar ook normaliserend werken. Dit zijn aanbevelingen voor het effectief uitwerken van mogelijke oplossingsrichtingen:

- Kies een integrale aanpak die zich richt op het bereiken van jongeren op verschillende manieren: via ouders, sociale media, school en vrije tijd. **Een voorbeeld hiervan is 'Opgroeien in een Kansrijke Omgeving' (OKO); een Nederlandse preventieaanpak voor gemeenten.**
- Haak bij een interventie of oplossingsrichting in op gedragsfactoren die kansrijk zijn om alcoholintoxicaties te voorkomen, zoals het belang van vriendschap (normen en waarden) en overgeven is niet cool (sociale norm). De boodschap 'Als je zulke goede vrienden bent, waarom laat je dan **je vrienden comazuipen' spreekt jongeren hierbij aan.**
- Besteed op school (tijdens bijv. een biologieles) niet alleen aandacht aan de werking van alcohol, maar ook aan de rol van gedrag.
- Breid de NIX18 tips voor ouders uit met het tussentijds checken op feestjes, waarbij ouders worden geholpen niet te controlerend te zijn.

Binnen het huidige onderzoek hebben we er rekening mee gehouden dat we jongeren spreken met diverse kenmerken, zodat we tot inzichten komen die voor verschillende jongeren gelden. Om de aansluiting van potentiële interventies voor alle jongeren te toetsen, is het belangrijk de (kenmerken van) de interventies kwantitatief te toetsen. Met een toetsing onder een representatieve steekproef van de jongeren, kunnen we het succes van een potentiële interventie vergroten.

Het huidige onderzoek kan dienen **als de eerste fase binnen een 'design thinking' route¹. Na deze eerste 'Discover' fase, kunnen dan respectievelijk de 'Define', 'Develop' en 'Deliver' fase plaatsvinden:**

Define: Kwantitatieve validering en aanscherping van inzichten i.c.m. 0-meting

We vertalen de bevindingen uit het kwalitatieve onderzoek door naar stellingen en leggen ze voor aan een representatieve steekproef van 12-17-jarigen. Dit geeft meer inzicht in de doelgroep en dient als 0-meting voorafgaand aan de interventie.

Develop: Ontwikkeling van interventie(s)

Nadat het kwantitatief onderzoek de meest kansrijke oplossingsrichtingen heeft bepaald, is het zaak om deze uit te werken tot concrete interventies (in de praktijk). De tot dan toe opgedane inzichten vormen hierbij het uitgangspunt.

Deliver: Pretesten van interventies

De ontwikkelde interventies worden in een kleinschalige setting getest bij de doelgroep om te beoordelen of ze begrijpelijk, aantrekkelijk en uitvoerbaar zijn, om deze waar nodig te optimaliseren.

Effectmeting (1-meting)

Na implementatie van de interventies kan een posttest meten of de interventies daadwerkelijk leiden tot veiliger drinkgedrag en minder alcoholintoxicaties. Door vergelijking met de 0-meting kan het effect worden geëvalueerd en kan een eventuele herhaling van de interventie verder geoptimaliseerd worden.

1. <https://www.communicatierijk.nl/site/binaries/site-content/collections/documents/2020/07/17/handreiking-public-design/Handreiking+Public+Design.pdf>



Bijlage

Kenmerken jongeren ronde 1



Geslacht	Leeftijd	Hoeveel alcohol	Binge drinking	Op SEH door alcohol	Opleiding	Gemeente
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	Universiteit	Tilburg
Vrouw	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	MBO	Limburg
Man	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	HAVO	Amsterdam
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, meer dan 5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	Anders, namelijk	Stichtse Vecht
Man	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	MBO	Den Haag
Vrouw	15	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, ikzelf	MAVO	Utrecht
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Rotterdam
Vrouw	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, meer dan 5 keer per maand	Ja, ikzelf	MBO	Heusden
Man	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	HAVO	Kampen
Vrouw	14	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Nee	HAVO	Bunschoten
Man	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Rotterdam
Vrouw	15	5-7 glazen per maand	Ja, 1 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	HAVO	Heemstede
Vrouw	15	5-7 glazen per maand	Ja, 1 keer per maand	Nee	VWO	Schagen
Vrouw	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Nee	VWO	Arnhem
Vrouw	15	8-10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Hilversum
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	HBO	Lingewaard

Kenmerken jongeren ronde 2



Geslacht	Leeftijd	Hoeveel alcohol	Binge drinking	Op SEH door alcohol	Opleiding	Gemeente
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, meer dan 5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	Anders, namelijk	<i>Gelderland</i>
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, meer dan 5 keer per maand	Ja, ikzelf	MBO	Almelo
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	MBO	Utrecht
Vrouw	15	5-7 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Nee	HAVO	Tilburg
Man	15	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	MBO	Utrecht
Vrouw	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	HAVO	Utrecht
Vrouw	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Aalten
Vrouw	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 1 keer per maand	Nee	VWO	Eindhoven
Vrouw	15	8-10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Nunspeet
Man	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Roermond
Man	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Voerendaal
Non-binair	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	MBO	Rotterdam
Vrouw	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VWO	Geertruidenberg
Man	14	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 4-5 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	VMBO	<i>Zuid-Holland</i>
Vrouw	17	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Nee	MAVO	Den Haag
Man	16	Meer dan 10 glazen per maand	Ja, 2-3 keer per maand	Ja, iemand die ik ken	HAVO	Gouda



Disclaimer

Bij de samenstelling van deze publicatie is de grootst mogelijke zorgvuldigheid in acht genomen. VeiligheidNL aanvaardt echter geen verantwoordelijkheid voor eventuele, in deze uitgave voorkomende, onjuistheden of onvolkomenheden. Overname van tekst of gedeelten van tekst is toegestaan, mits met de juiste bronvermelding. Indien tekst gebruikt wordt voor commerciële doelstellingen dient altijd vooraf schriftelijke toestemming verkregen te zijn.

Privacy en gegevensbescherming

VeiligheidNL gaat zorgvuldig om met persoonsgegevens en behandelt deze vertrouwelijk. Zo worden persoonsgegevens alleen verwerkt door personen met een geheimhoudingsplicht en voor het doel waarvoor deze gegevens zijn verzameld. Daarbij zorgt VeiligheidNL voor passende beveiliging van persoonsgegevens. VeiligheidNL behandelt persoonlijke gegevens conform de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) zoals deze sinds 25 mei 2018 geldt. Lees meer over onze privacyverklaring op www.veiligheid.nl/privacy.



veiligheid  nl
kenniscentrum letselpreventie