



STICHTING VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK SURINAME



VERSLAG NATIONALE DIALOOG 2026

Verantwoord alcoholgebruik: van bewustzijn naar actie!

Torarica Banquet Hall, Paramaribo, 5 en 6 maart 2026

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING	3
INLEIDING	5
OPENING DAG 1 – 5 MAART 2026	5
WELKOM MC	5
TOESPRAAK DIANA HALFHIDE	5
MENTIMETER QUIZ	6
PRESENTATIE I: DR. FARIËL ISHAAK	7
PRESENTATIE II: ARIËLLE DJASTRO	9
PRESENTATIE III: VISHAAL SEWGOBIND	10
VRAGEN	12
PANELDISCUSSIE MET JONGEREN EN VERTEGENWOORDIGERS VANUIT OVERHEIDS-, MAATSCHAPPELIJKE EN JONGERENORGANISATIES.	15
AFSLUITING	22
OPENING DAG 2 – 6 MAART 2026	23
PRESENTATIE I: FARIËL ISHAAK	23
PRESENTATIE II: TATIANA ASHRUF	25
PRESENTATIE III: SURAKSHA HIRASINGH	27
DIALOOG IN WERKGROEPEN NATIONALE AANPAK VAN ALCOHOLMISBRUIK – EEN GEZAMENLIJKE VERANTWOORDELIJKHEID	28
AFSLUITING EN CONCLUSIE	38

ANNEXES

ANNEX I	Programma 5 maart en 6 maart 2026
ANNEX II	Presentaties van sprekers
ANNEX III	Deelnemerslijst
ANNEX IV	Persuitingen

SAMENVATTING

Nationaal Dialoog Verantwoord Alcoholgebruik 2026; Van bewustzijn naar actie!

De Nationale Dialoog 2026, georganiseerd ter gelegenheid van het tienjarig bestaan van STIVASUR, bracht jongeren, overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties samen om te spreken over verantwoord alcoholgebruik. Het doel was helder: bewustwording omzetten in concrete actie en gezamenlijke verantwoordelijkheid.

Dag 1 – Inzichten, onderzoek en praktijkervaringen

De dag startte met een oproep tot balans tussen vrijheid en verantwoordelijkheid. Uit het onderzoek van Dr. Fariël Ishaak bleek dat alcoholgebruik onder jongeren sterk genormaliseerd is. Groepsdruk, sociale media en de makkelijke beschikbaarheid spelen een grote rol. Jongeren zien alcohol als onderdeel van gezelligheid, maar hebben vaak onvoldoende zicht op risico's.

Belangrijke inzichten:

- jongeren halen hun informatie vooral van social media en peers;
- voorbeeldgedrag van volwassenen bepaalt mede hun keuzes;
- risicogedrag ontstaat door stress, nieuwsgierigheid en gebrek aan begeleiding.

De alcoholsector presenteerde initiatieven zoals verplichte trainingen, etikettering, reclamecodes en campagnes (o.a. BOSS en "Gaan we uit of out?"). Vanuit de praktijk benadrukte de mixologist dat leeftijdscontrole, doorgeven van drank en onvoldoende training belangrijke knelpunten zijn. Verantwoord schenken vraagt om duidelijke afspraken, observatie en durven "nee" te zeggen.

Paneldiscussie – Jongeren, overheid en sector in gesprek

De paneldiscussie vormde een belangrijk onderdeel van Dag 1. Jongeren gingen in gesprek met vertegenwoordigers van overheid, maatschappelijke organisaties en de alcoholsector. De discussie liet zien dat verantwoord alcoholgebruik een gedeelde verantwoordelijkheid is, waarbij alle partijen een rol spelen.

De belangrijkste thema's die naar voren kwamen:

- jongeren ervaren sterke sociale druk en missen veilige alternatieven;
- handhaving en leeftijdscontrole zijn inconsistent en moeten worden versterkt;
- reclame, social media en voorbeeldgedrag beïnvloeden jongeren meer dan beleid;
- samenwerking tussen overheid, sector en jongerenorganisaties is noodzakelijk;
- preventie moet eerder beginnen, thuis én op school.

De panelleden benadrukten dat jongeren gehoord moeten worden en dat beleid alleen werkt als het aansluit bij hun leefwereld.

Dag 2 – Verdieping, beleid en gezamenlijke aanpak

Dag 2 stond in het teken van beleidsvorming en het ontwikkelen van gezamenlijke oplossingen. Presentaties van o.a. Fariël Ishaak, Tatiana Ashruf en Suraksha Hirasingh brachten nieuwe perspectieven op preventie, gezondheid en maatschappelijke impact.

In de werkgroepen werd gewerkt aan een nationale aanpak. De rode draad was duidelijk: *structurele samenwerking is essentieel*.

Belangrijkste conclusies:

- Educatie en preventie moeten structureel worden ingebed in scholen, buurten en organisaties.
- Handhaving moet consistent, met duidelijke ID-controle en afspraken bij evenementen.
- Verantwoord schenken en verkopen moet worden versterkt via training en toezicht.
- Nazorg en ondersteuning moeten ook gericht zijn op gezinnen en slachtoffers.
- Data en monitoring zijn nodig voor effectief beleid.

Slotboodschap

De dialoog maakte duidelijk dat Suriname klaar is voor een gezamenlijke nationale aanpak. Bewustwording is een startpunt, maar echte verandering vraagt om actie, voorbeeldgedrag en samenwerking. Zoals een van de sprekers zei: *“De coolste persoon is niet degene met een glas in zijn hand, maar degene die zichzelf in de hand heeft.”*

Inleiding

Dit is het verslag van de nationale dialoog gehouden in het kader van het tienjarig bestaan van STIVASUR, met als thema 'Verantwoord alcoholgebruik: van bewustzijn naar actie!' in de Torarica Banquet Hall op 5 en 6 maart 2026.

Opening dag 1 – 5 maart 2026

Welkom | MC

De MC, Michelle Jules, heet de aanwezigen welkom en geeft aan dat het doel van de bijeenkomst is om samen na te denken over mogelijkheden om bij te dragen aan bewust en verantwoord alcoholgebruik onder de jeugd in Suriname. Vervolgens neemt de MC de agenda kort door (zie Annex I) en nodigt de voorzitter van STIVASUR uit – mw. Diana Halfhide – om de aanwezigen toe te spreken.

Toespraak | Diana Halfhide

Mw. Diana Halfhide heet iedereen welkom met inachtneming van alle protocollen.

In haar betoog vraagt ze aandacht voor hoe de gevolgen van één keuze die iemand maakt wanneer het gaat om het consumeren van alcohol, een hele gemeenschap kan raken. Een aanrijding ten gevolge daarvan kan leiden tot stroomuitval met alle gevolgen van dien, hulpdiensten die moeten uitrukken die elders nodig waren, levens die verloren kunnen gaan en verder moeten leven met een schuldgevoel dat nooit meer weggaat.

De bedoeling van de dialoog van vandaag is het vinden van een balans; tussen vrijheid en

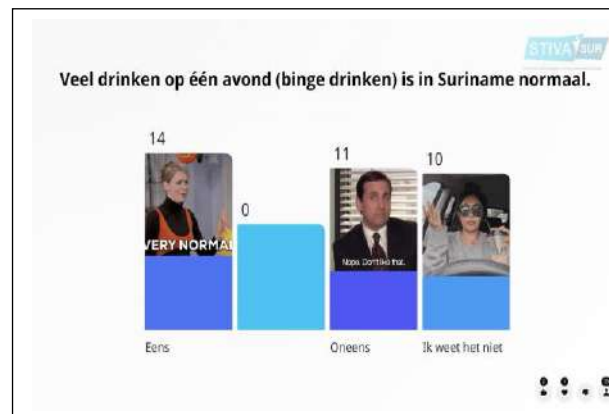
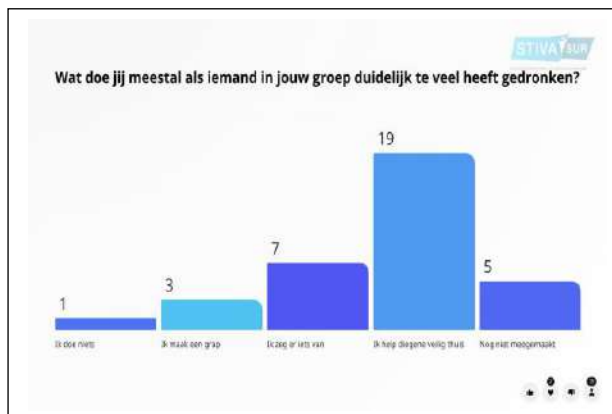
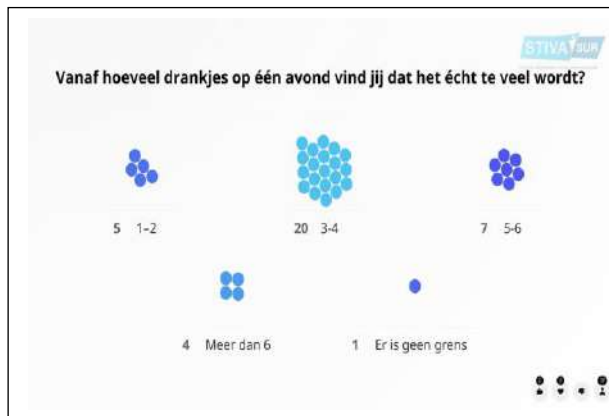


verantwoordelijkheid, eigen keuzes en bescherming en tussen plezier en de gevolgen die verder reiken dan degene die alcohol drinkt. Daarom zal tijdens de bijeenkomst worden gesproken mét jongeren over gedrag, de rol van de overheid, het bedrijfsleven en de rest van de samenleving. Benadrukt wordt dat naast de jongeren ook de volwassenen verantwoordelijkheid moeten nemen in de manier hoe reclame wordt gemaakt, alcohol wordt verkocht, en in hoe ze luisteren naar wat jongeren echt nodig hebben.

De aanwezigen worden aangemoedigd om eerlijk te spreken zodat samen kan worden gezocht naar oplossingen die echt werken.

Mentimeter Quiz

De MC vraagt de aanwezigen dan om deel te nemen aan een quiz die beschikbaar is gesteld via www.menti.com. De vragen en antwoorden van het publiek zijn onderstaand opgenomen. De quiz is opgesteld met het doel om een idee te krijgen van hoe men in de zaal denkt over alcoholgebruik.



Presentatie I: Dr. Fariël Ishaak

Mw. Fariël Ishaak verzorgt een presentatie over de situatieanalyse van jongeren en (verantwoord) alcoholgebruik en geeft daarbij de resultaten uit het recent onderzoek over (verantwoord) alcoholgebruik in Paramaribo, Wanica en Nickerie, met data die is afgeleid uit een groter onderzoek.

Inleiding

Met het onderzoek is beoogd inzicht te krijgen in de perceptie van jongeren over verantwoord alcoholgebruik en hoe de omgeving en sociale normen de keuzes van jongeren beïnvloeden. Bij de uitvoering van het onderzoek is gebruikgemaakt van een gecombineerde methode, waarbij kwantitatief onderzoek is verricht met behulp van een vragenlijst en kwalitatief onderzoek door het afnemen van interviews van focusgroepen.

De doelpopulatie van het onderzoek bestond uit 347 jongeren. Hiervan waren 137 van de leeftijdscategorie 11-18 jaar en 213 van de leeftijdscategorie 19-25 jaar. De groep bestond uit jongeren uit de districten Paramaribo, Wanica en Nickerie.

Bevindingen uit het onderzoek

Uit de bevindingen van het onderzoek kwam het volgende naar voren:

- Alcohol wordt vaak als een normaal onderdeel van sociale interactie gezien.
- Groepsdruk moedigt jongeren aan om alcohol te consumeren.
- Sociale evenementen versterken de perceptie van alcoholgebruik.
- Het krijgen van alcohol is laagdrempelig, het is te vinden bij de supermarkt, feestjes en events.
- Er vindt geen ID controle plaats bij de winkels.
- De aanschaf van alcohol is relatief goedkoop.

Een aantal opvallende quotes uit het onderzoek waren de volgende:

- *"Als iedereen drinkt, is het moeilijk om als enige nee te zeggen."*
- *"Als je niet drinkt, word je soms gezien als saai."*

Er zijn verschillende factoren die alcoholgedrag beïnvloeden. Dit zijn onder meer stressfactoren, leeftijdsgenoten en (het ontbreken van) voorbeeldgedrag. Onderstaand zijn een aantal van deze factoren en bijbehorende citaten opgenomen.



Opvallende resultaten van het onderzoek

Uit de data van het onderzoek bleek verder dat de risico-inschatting van de jongeren redelijk goed is. Echter, iets meer dan 27% gaf aan niet te hebben nagedacht over de gevolgen van alcoholgebruik. Daarnaast gaf 3,3% van de jongeren tussen de 19 en 25 jaar aan altijd onder invloed te rijden en 31,5% gaf aan soms onder invloed te rijden. Wat betreft alcoholconsumptie blijkt uit de data dat meer dan 17% van de jongvolwassenen in de leeftijd 19-25 jaar vaker wekelijks of frequenter alcohol consumeren terwijl dit onder de adolescenten in de leeftijd van 16-18 jaar echter 6% is. Echter bleek dat adolescenten vaker slechts bij hoge uitzondering drinken (44,8%) vergeleken met jongvolwassenen (29,1%). De jongeren gaven aan dat drank hoort bij de feestcultuur; ze consumeren het wanneer het gezellig is, bij events en muziekgelegenheden. *'Alcohol hoort gewoon bij uitgaan en feestjes.'*

Voorkeuren van jongeren voor voorlichting over verantwoord alcoholgebruik

Jongeren halen de meeste informatie van social media. Daarnaast kijken ze naar televisie en luisteren ze naar de radio en krijgen informatie vanuit school. Deze communicatiekanalen moeten dus meegenomen worden bij het uitzetten van voorlichtingsprogramma's. Wanneer het gaat om type preventie- en voorlichtingsprogramma's, geven de jongeren de voorkeur aan educatie gericht op preventie en daarnaast vinden ze dat de aandacht op handhaving moet zijn. Behandeling en begeleiding wanneer het mis gaat vinden ze bijna net zo belangrijk als handhaving en tenslotte gaven ze aan open te staan voor samenwerking. Uit deze informatie blijkt dat jongeren de voorkeur geven aan een holistische aanpak.

Tips

Tips die naar voren zijn gekomen uit het onderzoek zijn de volgende:

- Controleer outlets (winkels/supermarkten etc).
- Focus op meer regulering bij events.
- Verstrek educatie en voorlichting via sociale media, familie, vrienden en scholen.
- Empower jongeren om zelfverzekerde keuzes te maken gericht op welzijn.
- Maak samen gezonde keuzes en zorg voor een open communicatie tussen jongeren en ouderen.
- Luister naar elkaar.
- Vraag advies bij twijfel.
- Laat je rijden na alcoholgebruik.
- Wees zelfverzekerd en werk aan een positief zelfbeeld.

Dr. Ishaak eindigt haar presentatie met de volgende stelling voor de dialoog:
'Bewustwording is cruciaal voor positieve veranderingen in gedrag en om verantwoorde keuzes te maken over alcoholgebruik.'



Presentatie II: Ariëlle Djastro

Mw. Ariëlle Djastro geeft een presentatie over verschillende Initiatieven voor verantwoord alcoholgebruik gebaseerd op nationale en internationale regelgeving en gedragsregels vanuit de alcoholsector.

In de presentatie worden de volgende manieren genoemd die de alcoholindustrie toepast om voor de bevordering van verantwoord alcoholgebruik:

- **Bewustwording en opleiding:** Medewerkers worden continu getraind in verantwoord alcoholgebruik via verplichte e-learnings, kennisplatformen en interne communicatie over “Always a Choice”.
- **Beleid en handhaving:** De sector volgt een strikt Health & Safety-beleid met alcohol- en drugstesten, duidelijke consequenties en passende begeleiding. Veiligheid en gezondheid staan altijd voorop. Surinaamse Brouwerij verricht bijvoorbeeld onaangekondigde alcohol- en drugstesten. Ingeval van een positieve uitslag, is begeleiding beschikbaar. Er is on-site een poli met een arts hiervoor. Echter, mocht er geen verbetering komen, dan volgt ontslag.
- **Voorbeeldgedrag intern:** Tijdens interne evenementen stimuleert de sector matig en verantwoord gebruik via de 2-coins-policy, blaastesten en alcoholvrije alternatieven. Aan positieve blaastesten worden consequenties verbonden.
- **Etikettering:** Op alle producten wordt duidelijke informatie vermeld, waaronder het alcoholpercentage en drie verantwoord-drinksymbolen.
- **Reclame en evenementen:** Alle reclame-uitingen bevatten de drie verantwoord-drinksymbolen (18+, geen alcohol in het verkeer, niet voor zwangere vrouwen) en worden niet geplaatst binnen 200 meter van scholen, gebedshuizen of speelplaatsen. Voor (gesponsorde) evenementen geldt een minimumleeftijd van 18 jaar.

Vanuit de sector is er een goede samenwerking met STIVASUR, gericht op het samen nemen van verantwoordelijkheid voor verantwoord alcoholgebruik. Initiatieven op het gebied van samenwerking en bewustwording zijn de volgende:

- **Partnerschap met STIVASUR:** Surinaamse Brouwerij is een van de founding partners van STIVASUR, de stichting voor verantwoord alcoholgebruik in Suriname. Via deze samenwerking investeert de sector structureel in educatie, bewustwording en gedragsverandering.
- **Educatie en training via EVAS:** Een belangrijk resultaat van dit partnerschap is het EVAS-learning-platform, een e-learning voor horecapersoneel gericht op verantwoord schenken, het voorkomen van underage drinkers en het herkennen van risicogedrag.
- **Publiekscampagnes voor gedragsverandering:** Samen met STIVASUR voert de sector landelijke campagnes zoals:



- “Gaan we uit of out? Verantwoord drinken begint bij jou”
- Implementatie van de campagne veilig verkeer Suriname
- Implementatie van de BOSS campagne
- **Internationale partnerschappen:** Naast lokale samenwerking is er ook aansluiting met grote internationale associations, zoals WIRSPA, IARD en CERVECEROS. Dit is belangrijk omdat het de industrie in staat stelt kennis te nemen van best practices om hiervan te leren en kan worden gewaarborgd dat de alcoholsector in Suriname meegaat met de internationale ontwikkelingen wat betreft verantwoord alcoholgebruik.

Mw. Djastro eindigt haar presentatie door te stellen dat verantwoord alcoholgebruik een verantwoord onderdeel is van de industrie. Voor het waarborgen hiervan is echter samenwerking nodig, omdat het een persoonlijke keuze is. *‘Door middel van bewustwording handhaving en educatie kan verantwoord alcoholgebruik worden bevorderd.’*

Zij stelt dat verantwoord drinken een keuze is, een moment van bewust stilstaan bij jezelf, jouw veiligheid en gezondheid en de mensen om je heen. Het begint klein, bij één beslissing... maar het effect is groot. Kies bewust. Kies voor verantwoord genieten.

Presentatie III: Vishaal Sewgobind

Dhr. Vishaal Sewgobind geeft een presentatie over alcoholgebruik in de praktijk vanuit een mixologist. Hij is de eigenaar van Mr. Cocktail, een professioneel hospitality concept dat staat voor kwaliteit, beleving en verantwoordelijkheid, waarbij de bartenders worden getraind in techniek, verantwoord schenken en herkennen van grenzen.

Introductie

Bij Mr. Cocktail draait het niet alleen om wat er in het glas zit, maar om de ervaring eromheen – de energie, de service en de veiligheid. Het motto van de organisatie is dan ook: *‘Celebrating love, success and happiness’* maar altijd met respect voor mens, wetgeving en maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Ervaringen en knelpunten

- **Groepsdruk:** In de praktijk zien de bartenders vaak dat sprake is van een groepsdruk om erbij te willen horen. Ze drinken omdat ze niet “anders” willen zijn. Een belangrijke boodschap die hieruit gehaald kan worden, is dat jongeren geleerd moeten worden om sterker te zijn in het stellen van hun eigen grenzen.
- **Gemakkelijke beschikbaarheid:** In de praktijk wordt ook vaak gezien dat alcohol wordt doorgegeven door ouderen aan minderjarigen. Daarnaast is er onvoldoende leeftijdscontrole bij evenementen en privé-feestjes en wordt op deze manier de wet omzeild. Als gevolg hiervan worden jongeren in staat gesteld om te drinken zonder begeleiding.
- **Nieuwsgierigheid en experimenteren:** De puberteit is een fase waarin jongeren hun grenzen verkennen en nieuwe ervaringen willen opdoen. Het nuttigen van alcohol kan daarbij aantrekkelijk lijken. In de praktijk ervaren de bartenders dat alcohol jongeren energie geeft en ze het gevoel hebben meer aan te kunnen. Ze kunnen echter (nog) niet goed aanvoelen wanneer ze dronken zijn en gaan daardoor sneller over hun grenzen heen.

- **Invloed van social media:** Op sociale media, in muziek en films wordt alcohol vaak gepresenteerd als iets dat hoort bij plezier, vrijheid en volwassenheid.
- **Onvoldoende grenzen:** Sommige bars durven geen nee te zeggen. Dit, vanuit een oogpunt van commercieel belang dat boven de veiligheid van de jongeren wordt gesteld. Daarnaast ontbreekt het veel bartenders aan de benodigde training. Het standpunt van Mr. Cocktail is dat veiligheid prevaleert boven omzet.

Toepassing praktijk en wettelijke richtlijnen

- **Minimum leeftijdscontrole:** Het is voor bartenders niet altijd goed in te schatten of jongeren minderjarig zijn. Ingeval van twijfel kiest Mr. Cocktail er dan voor om geen alcoholische drank te serveren totdat met een ID kan worden bewezen dat het om een meerderjarige gaat. De bartenders letten ook op. Het zou beter zijn als in dit soort situaties preventief gewerkt kan worden, en men rekening houdt met dit soort onduidelijkheden in het toegangs- en polsbandjesbeleid.



- **Geen alcohol voor zichtbaar dronken personen:** Mr. Cocktail biedt alternatieven ingeval door een dronken gast om een alcoholisch drankje wordt gevraagd, zoals een alcoholvrij drankje of water. Daarnaast wordt ook eten aangeboden. De bartenders worden aangeleerd om de gasten goed te observeren en te letten op signalen waaraan kan worden gezien dat iemand dronken is; onvast lopen of spreken en agressief of impulsief gedrag. Daarnaast kan eventueel de gastheer of organisator van het evenement worden aangesproken.
- **ID verplicht:** Mr. Cocktail zorgt ervoor dat ingeval van twijfel altijd naar een ID wordt gevraagd.
- **Aansprakelijkheid organisator:** Mr. Cocktail maakt duidelijke afspraken met de klant.

Vooraf wordt het leeftijdscontrolebeleid besproken, het tijdstip waarop de alcoholservice stopt en wordt gewaarborgd dat er voldoende water is.

- **Training en bewustwording van personeel:** Preventie van onverantwoord drinken begint bij Mr. Cocktail met goed getrainde bartenders. De training is hierbij gericht op verantwoord schenken, alert zijn of drank niet wordt doorgegeven aan minderjarigen, signalen van overmatig gebruik, goede communicatie met gasten, naleving van wetgeving en regels rond alcohol en leren hoe professioneel “nee” te zeggen. Belangrijk is dat verantwoord schenken begint bij weten voor wie je schenkt.

Tot slot

Dhr. Sewgobind benadrukt dat niemand drinkt met de bedoeling om controle te verliezen en zijn/haar toekomst te riskeren. Dit is iets dat onbewust en langzaam gebeurt, vaak onder groepsdruk en niet weten waar je persoonlijke grens ligt. Jongeren worden daarom op het hart gedrukt dat ze de toekomst zijn en dat hun naam en reputatie belangrijk zijn. Echte kracht wordt bepaald door zelfcontrole en verantwoordelijkheid. *'De coolste persoon in de ruimte is niet degene met het glas in zijn hand, maar degene die zichzelf in de hand heeft...'*

Vragen

Tatiana Ashruf – BOG: *Opmerking: het komt vaker voor in een vriendengroep dat alle vrienden in de groep drinkers zijn vanwege hoe vriendschapsgroepen worden gevormd. Vraag: is er een voormeting en een nameting gedaan naar aanleiding van de BOSS-campagne?*

Ariëlle Djastro: *De BOSS-campagne is vorig jaar uitgerold tijdens de verkeersveiligheidsmaand. Het was meer bedoeld als een bewustmakingscampagne om mensen bewust te maken van hun eigen keuze om met alcohol op achter het stuur te gaan zitten. Er is nog geen nameting gedaan, maar dit zit in de pijplijn. De campagne zal vaker worden uitgevoerd om bewustwording te verhogen. Het is bedoeld als een start en mensen aan te sporen om het goede voorbeeld te geven en leren om nee durven te zeggen tegen die oom of tante wanneer je weet dat ze te veel hebben gedronken. De nationale dialoog van vandaag is om aan te geven dat we iedereen nodig hebben, want we kunnen het niet alleen.*

Fariël Ishaak: *T.a.v. de eerste opmerking, inderdaad worden vriendschappen gevormd op basis van bepaalde kenmerken. Onderzoeken hebben aangetoond dat leeftijdsgenoten elkaar uitzoeken op basis van gelijke eigenschappen. Wat betreft de BOSS-campagne is wel onderzoek gedaan om te kijken hoe bekend men is met de campagne, en gebleken is dat de campagne heel bekend is. De boodschap van de campagne komt goed over.*

Percy Landveld – Ministerie van Justitie en Politie: *Met welke stakeholders is de BOSS-campagne gelanceerd, want het is niet echt bekend bij JusPol. Het is belangrijk om alle belangrijke stakeholders in zo'n geval te betrekken. Wij zijn dagelijks bezig met het verkeer, en onverantwoord alcoholgebruik is een veel voorkomende oorzaak van fatale aanrijdingen.*

Diana Halfhide: *We zijn niet initieel gestart met de overheid. Als STIVASUR hebben wij de verantwoordelijkheid genomen voor het uitvoeren van de campagne. In Europa is de "BOB", en wij hebben ons met de "BOSS" oftewel de Bewust Onbeschonken Sturende Suriname gericht op Suriname. De verkeersveiligheidsmaand is iets van JusPol en STIVASUR doet al jaren mee. Binnen STIVASUR hebben wij bijvoorbeeld de Gedragscode met een Evaluatiecommissie. Dit is een onafhankelijke commissie die klachten afhandelt, bijvoorbeeld over reclame die niet op een verantwoorde manier is gemaakt. In deze commissie hebben onder andere een oud-rechter en een vertegenwoordiger van VSB zitting. We proberen zoveel mogelijk partners te betrekken in de activiteiten die we uitvoeren. Een van de redenen waarom de dialoog is georganiseerd, is dan ook om zoveel mogelijk partners te betrekken en om te kijken waar we nog meer kunnen samenwerken.*

Vertegenwoordiger Ministerie van Economische Zaken, Technische Ontwikkeling en Innovatie: *De dialoog van vandaag gaat vooral om de gevolgen van onverantwoord alcoholgebruik in het verkeer. Was dat een bewuste keuze?*

Diana Halfhide: *We hebben drie thema's: alcohol en verkeer, alcohol en jeugd en alcohol en zwangerschap. We zijn ons ervan bewust dat de problematiek rondom onverantwoord alcoholgebruik veel breder is. Vorig jaar hebben we als STIVASUR ook deelgenomen aan een dialoog over onverantwoord alcoholgebruik in relatie tot geweld. Maar we zijn een stichting en onze middelen zijn beperkt. We kijken daarom waar de schade voor de samenleving het grootst is, en dat is op het gebied van alcohol en verkeer. We zijn altijd bereid om met andere partners te praten en samen te werken.*



Vertegenwoordiger Verkeersveiligheidsinstituut: *Men wordt vaak dronken voor supermarkten/winkels. Zijn er instructies of beleid voor hoe deze winkels hiermee om moeten gaan, los van hoe KPS hiermee omgaat? Wat betreft voorlichting, ben ik het ermee eens dat we meer daaraan moeten besteden. Het gaat om een complex onderwerp; het nemen van eigen verantwoordelijkheid door jongeren is belangrijk, maar ze moeten ook worden getraind. Daarbij komt dat social media juist erop gericht is om alcoholconsumptie te promoten en te laten zien hoe lekker het is en hoe leuk de effecten zijn. De alcoholindustrie moet samen met stakeholders doorgaan met de BOSS-campagne. Ook de overheid zou hierbij betrokken moeten worden zodat wij onze inzichten kunnen delen.*

Diana Halfhide: *We hebben fijne samenwerking met GOV.TV, maar niet iedereen kijkt hiernaar. Wat betreft de winkels, als STIVASUR komen we niet zelf bij de winkels. De bedrijven hebben contact met deze klanten. Als STIVASUR hebben wij contact met de DC en hoewel we niet kunnen handhaven, kunnen we handhaving wel stimuleren. Er golden ooit regels met tijden waarbij mensen niet voor de winkels mochten drinken, maar de handhaving van deze regels ontbrak. Als STIVASUR hebben we geprobeerd om te lobbyen voor het expliciet opnemen van iets over training in de vergunning. In de bijeenkomst van morgen praten we met de overheid, het bedrijfsleven en CSS.*

Fariël Ishaak: *Wat betreft het drinken voor de winkels, in de vergunning van de winkelier staat opgenomen dat mensen niet voor de winkel mogen staan drinken. Sociale controle speelt hier ook een rol.*

MC: *Mw. Djastro maakte een opmerking over het plaatsen van reclame voor alcohol met inachtneming van 200 m verwijderd van bepaalde locaties. Voor wie geldt deze regel?*

Ariëlle Djastro: *Dit geldt voor alle bedrijven die alcohol produceren en importeren, en met name voor de leden van STIVASUR, vanwege de pledge waaraan zij zich hebben gecommitteerd. Dit is een manier*

waarop sociale controle binnen de sector wordt uitgeoefend. STIVASUR heeft nog niet eerder klachten gehad, maar dat houdt ons scherp. Als èèn van de deelnemers zich niet heeft gehouden aan de regels m.b.t. reclame, zijn ze verplicht het te verwijderen. Hoewel STIVASUR ons scherp houdt, kunnen we iedereen gebruiken. Dus als iemand ziet dat een deelnemer zich niet aan de regels houdt kan altijd een klacht worden ingediend en kunnen we maatregelen treffen.

Diana Halfhide: Ter aanvulling, er zijn bedrijven die zich hebben gecommitteerd aan de Code en die kunnen worden aangesproken. Maar er zijn ook bedrijven die zich niet hebben aangesloten en het komt ook voor dat we deze aanschrijven om zich aan de Code te houden, ook al zijn ze geen deelnemer, want hun gedrag heeft impact op de hele industrie. We geven ook trainingen voor bedrijven over hoe reclame te maken.

Ivan Rozenblad – Fernandes: Wat is de overweging van het plaatsen van de reclame 200 m verwijderd van een school? In het scholengebied aan de Commewijnestraat staat namelijk op de hoek een groot billboard. Veel kinderen komen daar langs wanneer ze met de bus gaan.

Diana Halfhide: Onze Code is gestoeld op internationale normen en dit is een internationale norm. Het hangt ook af van de verantwoordelijkheid van bedrijven hoe ze met die normen omgaan. Het mag in ieder geval niet zichtbaar zijn vanuit de scholen.

Vertegenwoordiger King's Enterprises: Ter aanvulling: wanneer een bedrijf een vergunning heeft om alcohol te verkopen, dan geldt deze regel niet.

Pascal van Lierop: Wij zijn een beer garden en zijn gevestigd in de buurt van een lagere school. In de ochtend mogen we opengaan als bistro en we hebben besloten om vanaf 17:00 uur de beer garden open te doen, om verantwoord over te komen.

Denise Blinker – Stichting Liefdevolle Handen: Als stichting houden wij ons bezig met jongeren, vrouwen en andere doelgroepen die alcohol en/of drugs gebruiken. Een vraag voor bedrijven die alcohol produceren en importeren: welke bijdrage zullen deze bedrijven en organisaties leveren om jongeren bewust te maken? Men heeft het over alcoholgebruik voor boven de 18 jaar, maar jongeren consumeren thuis ook alcohol. Wat kunnen ze doen voor organisaties die zich sterk maken om jongeren niet te vroeg te laten starten met alcoholgebruik?

Margarita van der Zwart – STIVASUR en Surinaamse Brouwerij: Dit is een maatschappelijk probleem. Bij Surinaamse Brouwerij komen onze werknemers op verschillende manieren in contact met ons product. In het verleden hebben wij eens te maken gehad met een collega met een verslavingsprobleem. Op het moment dit aan het licht kwam, hebben wij intern een passend en succesvol begeleidingstraject aangeboden. Dat was een interne aangelegenheid. Tegelijkertijd besteden wij structureel aandacht aan de effecten van alcoholgebruik. Alles wat wij extern doen op het gebied van verantwoord alcoholgebruik, doen wij vanuit de stichting. Hoewel wij ons richten op drie prioriteitsgebieden, erkennen wij dat het vraagstuk breder is. Met onze awareness campagnes proberen we ook in de preventieve sfeer aandacht hieraan te besteden en proberen we onze klanten zover te krijgen dat zij in hun invloedssfeer hun personeel trainen. Als industrie hebben we tot dat punt invloed. Vandaag is bedoeld om te praten over hoe wij kunnen samenwerken. Ik wil benadrukken dat wij als industrie er geen baat bij hebben als er ongelukken gebeuren en mensen verslaafd raken. Wij hebben er baat bij om het probleem om te lossen. En hoewel er veel wetgeving is, ontbreekt handhaving. Morgen zullen we in de workshops inhoudelijk verder hierop ingaan.

Paneldiscussie met jongeren en vertegenwoordigers vanuit overheids-, maatschappelijke en jongerenorganisaties.

Het thema van de paneldiscussie is: 'Alcohol, de neergang van jongeren, ondersteund door alcohol producerende en distribuerende bedrijven'. De paneldiscussie wordt geleid door 5 stellingen die aan de aanwezigen worden voorgehouden en waarop zowel de panelleden als de genodigden kunnen reageren. De panelleden zijn:

- Purcy Landveld - Onderdirecteur van het Verkeersveiligheidsinstituut,
- Saveante Helstone - JCI,
- Chantay Gefferie - Rotaract en
- Margarita van der Zwart van STIVASUR en Surinaamse Brouwerij.

STELLING I: 'De verantwoordelijkheid voor alcoholgebruik (bij jongeren) ligt niet bij het individu, maar bij het systeem'.

Saveante Helstone: Wanneer we over dit onderwerp praten, hebben we het over een groep. Wanneer een groep een fout maakt, is het niet meer een individuele assessment en kunnen we de verantwoordelijkheid niet bij het individu zoeken. Is er een systeem? En zo ja, werkt het? Dat is hoe je verandering gaat brengen. We moeten kijken hoe we allemaal ervoor kunnen zorgen dat alcoholgebruik onder jongeren wordt verminderd.

Margarita van der Zwart: Het is belangrijk dat we ook op het systeem focussen en ondersteuning bieden. We moeten de consument handelsbekwaam maken. Iemand van 16 jaar weet dat hij minderjarig is. Als hij toch naar Mr. Cocktail gaat, kan deze om een ID vragen – dat is een voorbeeld van inzetten van het systeem. Maar als je een meerderjarig persoon bent met eigen vervoer en alcohol gaat drinken, moet deze handelsbekwaam worden gemaakt en ervoor zorgen om niet 4-5 units te drinken in 1 uur. Hij weet dat als hij wordt gecontroleerd op de openbare weg hij naar de gevangenis kan gaan. Het systeem is net zo belangrijk als de handelsbekwaamheid van een individu die zich bewust moet zijn van de risico's.

Purcy Landveld: Het ligt zowel aan de jongeren als aan het systeem. Als er geen handhaving is, zullen mensen vaak te ver gaan. Ingeval er handhaving is, zijn er minder gevallen van onverantwoord alcoholgebruik. Ook het verantwoordelijkheidsgevoel van jongeren speelt een rol.

MC: Bij jongeren tussen de 16-18 jaar en 19-25 jaar is er al een zekere mate van volwassenheid. Hoe denkt Chantay hierover als jongere?

Chantay Gefferie: We kunnen het niet alleen aan de jongeren overlaten. Als alcohol overal toegankelijk is, heeft het systeem gefaald.

Chesed Wolfjager – 9 CIW development: Ik ben het er niet mee eens. Mensen moeten hun eigen keuzes maken. Als kleine jongen keek ik naar adult content. Toen hebben mijn ouders aan Telesur gevraagd om een filter te installeren. Ook gokken is beschikbaar voor minderjarigen. En pas toen ik begon te verliezen wilde ik het niet meer doen. Het is niet het systeem dat heeft gefaald. Iedereen heeft een eigen verantwoordelijkheid.

Jongere: Je hebt gelijk, naast regulering zijn de keuzes die mensen maken belangrijk. Er moet ook worden gekeken naar wie het voorbeeld geeft. Wat betreft dhr. Landveld, de politie werkt wel, maar er

is sprake van een tekortkoming. Laatst was er Phagwa en toen heb ik gezien dat mensen dronken in de auto stappen en zijn er verschillende aanrijdingen geweest. Waarom treedt de politie niet op? Jullie weten dat er een groot feest is, dus doe blaastesten. Haal de alcoholisten van de weg. Als de politie te weinig mensen heeft, kijk dan naar mogelijkheden om BVAP-ers (ondersteunend handhavingspersoneel) in te schakelen.

Purcy Landveld: We hebben inderdaad een groot tekort aan manschappen. Daarnaast zit Suriname in een diepe crisis. Het kost veel geld om telkens uit te rukken. Daarom moet de particuliere sector inkomen om ons te ondersteunen. Recentelijk heeft het ministerie van Justitie en Politie toestemming gegeven om verkeershandhavers op te leiden. Deze kunnen komen van de vele overtollige ambtenaren die er zijn. Daarnaast krijgen ook mensen buiten de overheid een kans. We willen dat deze agenten dan ondersteunen bij verkeerscontroles en het opleggen van boetes.



Onze jurist is nu aan het kijken of zo iemand wel een boete mag uitschrijven. Wat betreft de grote festivals, het is eigenlijk aan de organisator die contact moet opnemen met het ministerie van Justitie en Politie. Daarnaast moeten wij kijken hoe we een goede samenwerking op gang brengen met de DC's.

Gordel Leidsman - Stichting RUMAS: Er is gesproken over het handelsbekwaam maken van jongeren. Mijn insteek is dat je ze mentaal bekwaam moet maken. We moeten letten op de opvoeding. Als ik opgroeï en zie hoe mijn vader een shot Campari nodig heeft om tot rust te komen, dan neem ik daar een voorbeeld aan. Dan kan je zeggen dat je je eigen keuzes moet maken, maar kinderen kijken naar hun ouders. Dit kan eventueel via gezinsprogramma's die worden uitgevoerd vanuit te overheid. Er kunnen dan controles worden uitgevoerd bij de gezinnen. Dit zou niet alleen moeten gelden bij alcoholgebruik, maar ook bij andere zaken.

MC: Ik denk hierbij wel aan de haalbaarheid, maar snap uw punt.

Georgorey Hiwat - RUMAS/SDG youth officer: Dit alles heeft te maken met intergenerationele patronen. Wat betreft handhaving, bij het feest van Phagwa waren ook mensen van 16 jaar en er was alcohol beschikbaar voor ze. Er moet controle worden gedaan vanuit de overheid. Hoe kan het dat dit soort organisaties elk jaar feesten geven terwijl we weten dat ze niet letten op bepaalde zaken en dat er alcohol beschikbaar is?

Purcy Landveld: Het is een heel systeem, en het uitgeven van vergunningen voor het geven van feesten valt onder de DC. Daarnaast heeft de organisator zelf ook een verantwoordelijkheid. Er moet samenwerking komen. Als u zou uitgaan met 5 vrienden en een van deze is minderjarig. Wat doet u dan als deze vriend drinkt?

Georgorey Hiwat: Ik zou hem corrigeren.

Purcy Landveld: Daarom gaat het om de verantwoordelijkheid van het systeem, de persoon zelf en de rest van de omgeving.

Saveante Helstone: Dit is een collectieve aangelegenheid; we zijn allemaal verantwoordelijk. We kunnen de verantwoordelijkheid niet aan een specifieke organisatie toekennen. En inderdaad begint het thuis. We moeten allemaal hetzelfde doel hebben en dan weten wat onze verantwoordelijkheden zijn zodat we dit gezamenlijk doel kunnen bereiken.

Conclusie MC:

- Dhr. Landveld gaf aan dat organisaties in contact moeten treden met de politie.
- Er moet preventief worden gehandeld bij bepaalde feesten zoals Phagwa.
- Iedereen heeft een verantwoordelijkheid in een proces, zoals de organisator en personen in een bar, en deze zijn vaak niet getraind.
- Er moeten richtlijnen worden vastgesteld en gehandhaafd. Vaak gaat het mis bij de handhaving, dus dit is iets waar goed over nagedacht moet worden.
- De overheid kan niet alleen zorgen voor handhaving. Zeker niet wanneer sprake is van verschillende evenementen op één dag.

STELLING II: 'Alcohol is in Suriname toegankelijker voor jongeren dan educatie over de gevolgen ervan'.

Chantay Gefferie: Uit het onderzoek van mw. Ishaak bleek dat meer dan 27% van de jongeren zich niet bewust is van wat alcohol met je kan doen. Scholen en andere informatiekanalen als social media moeten duidelijker en inhoudelijker hierop ingaan. Het kan zijn dat de informatie er is, maar misschien is het nog niet voldoende duidelijk voor de jeugd. Vanuit mijn perspectief ontbreekt het.

Saveante Helstone: De JCI heeft zaken zoals hoe gevaarlijk alcohol is meegenomen in hun plan van aanpak voor het jaar. We hebben 7 Chapters en die hebben allemaal een eigen programma over hoe zaken duidelijk gemaakt kunnen worden. Dit onderwerp is gegarandeerd meegenomen.

Margarita van der Zwart: Namens de industrie is het van belang om dit te benoemen. Als industrie zijn we niet in het consumptiemoment, maar pleiten wel hard voor beperkte toegang. Daarom pleiten we ervoor dat op basis van wetgeving die er al is, naar ID gevraagd moet worden wanneer iemand een alcoholisch drankje koopt. Dit gebeurt structureel niet. De industrie heeft er baat bij dat wordt voorkomen dat alcohol wordt gedronken door iemand die dat niet mag. Wij pleiten daarom voor verhoogde ID-controle.

Purcy Landveld: Er is werk aan de winkel voor STIVASUR, het ministerie van Justitie en Politie en het ministerie van Handel en Industrie. Misschien moeten we kijken hoe we voorlichting kunnen brengen aan de jongeren.

Margarita van der Zwart: Wanneer op social media een foto van een auto gepost wordt die ondersteboven ligt, krijgt het honderden likes. Maar wanneer STIVASUR iets plaatst over het belang van ID-controle krijgt het geen enkele like. We moeten ook kijken naar wat men aanspreekt. De info is er, maar het moet de doelgroepen interesseren.

Purcy Landveld: Daarom moeten jullie kijken naar het soort reclame dat jullie naar buiten brengen.

MC: Jongeren geven vaak aan dat er namens ze wordt gesproken. Ik had hiervoor nog nooit van STIVASUR gehoord, en dat zegt wat omdat ik iemand ben die echt op zoek gaat naar informatie. Er is iets aan de hand en wij moeten nagaan wat dat is. We moeten de jongeren betrekken.

Jongere: Ik denk dat jongeren bewust genoeg zijn van de gevolgen, maar ik krijg het gevoel dat men de toegankelijkheid tot alcohol niet structureel wil aanpakken. Als ik mijn broertje van 8 jaar naar de winkel stuur, komt hij met alcohol terug. Vanwege verschillende belangen die spelen wordt dit niet aangepakt.



Jongere: Ik ben het eens met mijn voorganger. We hadden het over educatie. Misschien kan STIVASUR influencers gebruiken, want we zien dat veel jongeren deze volgen. Influencers promoten nu een cocktail en geven info over de leuke effecten, maar daarnaast moeten ze ook de negatieve gevolgen laten zien. Wat betreft de statement van STIVASUR dat jongeren de informatie niet lezen, niemand neemt de tijd om lange teksten te lezen. Daarom zouden influencers gebruikt moeten worden.

Pascal van Lierop- Wild Coast Craft Brewing N.V.: Op basis van wat ik hier hoor zijn er genoeg mensen om samen te komen in een Denktank om na te denken om een concreet en gericht plan van aanpak te maken voor een nieuw systeem of het verbeteren van het oude systeem. Nu staat iedereen op een eiland. We moeten niet met vingers wijzen, maar als er oplossingen zijn moeten we gericht samenwerken.

Diana Halfhide: Wat betreft de influencers, we moeten dit breed zien als een gemeenschappelijke verantwoordelijkheid, waar opvoeding, winkels en beleid allemaal een rol spelen. Het is goed dat dhr.

Sewgobind zijn verantwoordelijkheid neemt in de manier waarop hij zijn producten verkoopt. Iedereen heeft zijn/haar eigen rol.

Jongere: De omgeving speelt een rol. Wij drinken op feestjes, dat zit in onze cultuur. Als er geen educatie is, dan moet dit worden gecreëerd. Er moeten meer organisaties als STIVASUR komen.

Conclusies van de MC:

- Er is meer toegang nodig tot educatie.
- De juiste mensen zijn er al, maar er moet een concreet plan van aanpak komen voor voorlichting, handhaving en hoe de samenwerking moet plaatsvinden.
- Het gebruik van alcohol moet worden gereguleerd.

STELLING III: 'Jongeren drinken niet 'te veel' – ze volgen simpelweg het voorbeeld dat de samenleving hen geeft'.

Margarita van der Zwart: Het hebben van juiste rolmodellen is belangrijk. Preventie start ook bij de opvoeding en de omgeving. Ik ben het eens dat wanneer het gaat om rolmodellen dit breed is en daar begint het gedrag te vormen; zelfs bij wat je bij je ouders of vrienden ziet. We moeten met elkaar het goede voorbeeld blijven geven. In de samenleving staan we daar onvoldoende bij stil en we moeten elkaar durven aanspreken.

Chantay Gefferie: Ik ben het eens met de stelling. We kunnen jongeren moeilijk vragen om hun gedrag aan te passen als dit is wat ze zien in de samenleving. Mensen imiteren vaak het gedrag van rolmodellen.

Tatiana Ashruf: Ik mis iets in de dialoog. We praten over opvoeden, maar wij creëren geen psychosociale veiligheid waarbij mensen durven om goede keuzes te maken. Als ik zeg 'Vandaag drink ik niet...' maakt men een tjoerie. Wanneer we het goede voorbeeld geven moeten we zorgen dat we ook die psychosociale veiligheid geven.

MC: Hoe doen we dat?

Tatiana Ashruf: Wat betreft de BOSS, je zag iemand die nee kon zeggen. Als we dat verder kunnen uitrollen, kan het worden dat mensen die nee zeggen ook cool zijn. 'De coolste persoon in de zaal is degene die zichzelf in de hand heeft...'

Purcy Landveld: Misschien heeft u een idee hoe we dat kunnen doen, want ik hoorde Margarita ook zeggen dat jongeren STIVASUR niet volgen op social media.

Tatiana Ashruf: Een voorbeeld. Ik heb een nichtje van 17 die nieuwsgierig is naar het drinken van alcohol. Ik heb haar gezegd dat ze goed moet nadenken en educatie gegeven: 'Als je drinkt, dan gebeurt dit...' Haar zusje is ook alcohol gaan gebruiken en is black out dronken geraakt. Ik heb haar vader aangesproken. Het begint allemaal met bewustzijn.

Fariël Ishaak: Ik hoor veel goede ideeën en suggesties, maar het is een complex probleem dat met verschillende factoren te maken heeft. Het vereist daarom een multidisciplinaire aanpak en meerdere zorgsystemen. Alles begint met het gezin, daar moet de basis worden gelegd. Een dialoog is een aanzet en hopelijk komt het dan tot een plan van aanpak.

Lid JCI: Wat is te veel? Ik mag 3 drankjes en een ander 6...

MC: Ik ben geen alcoholdeskundige, maar je weet zelf vaak wanneer je te veel hebt gedronken. Het verschilt per persoon.

Margarita van der Zwart: Ik ben geen arts, maar als antwoord op de vraag wil ik verwijzen naar één van de communicatie campagnes van STIVASUR en dat is een documentaire die was gelanceerd in 2017. Daar legt dr. Nanda duidelijk de gevolgen uit van alcohol. Deze documentaire is te vinden op www.stivasur.com en legt helder de effecten uit op basis van wetenschappelijk onderzoek.

STELLING IV: 'We normaliseren onverantwoord alcoholgebruik door het te laten voordoen als cultuur en gezelligheid'.

Saveante Helstone: Het is inderdaad cultuur geworden. Op elk familiefeest is er een alcoholhoekje. Waar we ons niet bewust van zijn, is dat jongeren dit zien omdat we vaak feestjes hebben. We beginnen dit op te slaan in ons onderbewustzijn en op een gegeven moment is alcohol normaal en beginnen dan zelf ook op jonge leeftijd te drinken.

MC: De aanwezigheid van alcohol hoeft op zichzelf niet onverantwoordelijk te zijn. Zolang er sociale controle is, hoeft het geen probleem te worden.

Saveante Helstone: Daarom moeten er systemen in place zijn, maar die kunnen worden 'ge-bypassed'. Als er geen controle is, zijn de systemen er voor niets. Ter verduidelijking: we hebben het allemaal tot een cultuur gemaakt wanneer controle ontbreekt en dan wordt het onverantwoordelijk. Het is belangrijk dat we op elkaar letten.

Margarita van der Zwart: Het is belangrijk dat onze cultuur niet gelijk wordt gesteld met overmatig consumeren. We moeten het ook normaal vinden wanneer iemand aangeeft dat hij/zij vandaag niet wil drinken. Daarnaast moeten we het ook normaal vinden om gematigd te drinken. De alcoholische drankjes kunnen er zijn, maar het moet gezellig blijven. Er is nog onvoldoende sprake van gematigd consumeren.

Jongere: We zien de uitwerking van alcohol als normaal. Wanneer mensen drinken, dansen ze en zijn ze vrolijk. Aan de andere kant, wanneer je in een gezin bent en ziet dat het wordt gebruikt als coping mechanisme is het anders. We moeten een samenleving gaan creëren waarin we nee kunnen zeggen. Niet omdat er alcohol is moeten we een spel gaan spelen waarbij we moeten shotten.

Jongere: Ik ben het eens met de stelling. Mijn moeders zus is overleden en we maken ons nu al zorgen over wat we kunnen verwachten van het gedrag van mijn neven op de singi neti. In mijn situatie werden drinken en ook de effecten daarvan genormaliseerd. En nu hebben we een probleem. Maar ik heb daaruit geleerd dat ik niet zo wil zijn. De overheid heeft een sociaal contract met de burgers. Het begint met reclame over alcohol en met onderwijs. Ik vind niet dat we moeten vragen naar meer stichtingen om de trekkersrol op zich te nemen. Het start met de overheid; zij hebben de zorgplicht om ons allemaal op te voeden.

MC: Ik ben het deels met u eens. De overheid zou een primaire rol moeten hebben en zorgen voor wet en handhaving. Het maatschappelijk middenveld kan dan de rest doen. Maar we kunnen als samenleving niet alles overlaten aan de overheid, anders gaan wij eronder lijden.

Lid van Rotaract: Ik hoor twee belangrijke dingen: wetgeving en handhaving. Ik ben een realist. We moeten onze ogen niet sluiten voor wat er gebeurt in de maatschappij. We moeten systemen in place brengen en ervoor zorgen dat mensen niet omgekocht kunnen worden want anders zijn we weer terug bij af.

STELLING V: 'De maatschappelijke schade van alcohol weegt zwaarder dan de economische voordelen voor Suriname.'

Purcy Landveld: Het is een moeilijke stelling. Ik kan geen antwoord geven zonder een onderzoek te hebben gedaan.

Margarita van der Zwart: Het is een zwaarwichtige stelling, maar namens de industrie wil ik herhalen dat wij er geen baat bij hebben als alcohol op een onverantwoorde manier wordt geconsumeerd. We hebben er baat bij als het wordt geconsumeerd op de manier zoals het bedoeld is: voor gezelligheid binnen de kaders van verantwoordelijkheid. Het leidt tot reputatieschade voor onze merken als het mis gaat. Wij willen lang een bijdrage leveren om banen te creëren en impact op de maatschappij te blijven hebben en ervoor te zorgen dat de horeca een leuke plek blijft om van alcohol te genieten op een verantwoordelijke manier en zonder overlast voor elkaar. Daarvoor zijn de vele awareness campagnes.

Onbekend: Het heeft effect op de economie van Suriname. De mensen die werken en alcohol drinken zijn vaker ziek. Daarnaast leidt het ook tot andere gevolgen. Ik denk dat alcohol wel schade aanricht en daar moeten we naar kijken. Het kan leiden tot drop-outs, jongeren die niet verder studeren, mensen die worden gehospitaliseerd, vechtpartijen etc. Alcohol heeft dus een effect. Hopelijk komt er genoeg voorlichting, binnen gezinnen, op scholen en op de werkvloer.

Cheshta Sewtahal – Ministerie van Volksgezondheid: Volgens WHO/PAHO was overmatig alcoholgebruik voorheen een risicofactor, maar inmiddels is gebleken dat alcoholgebruik in welke mate dan ook een risico vormt. Alcohol is een van de belangrijkste risicofactoren voor niet-overdraagbare aandoeningen.

Conclusies van de MC:

- Onverantwoord alcoholgebruik is niet iets individueels, maar er is een systeem nodig voor handhaving en er is sociale controle nodig om het individu bij te staan in het proces.
- De toegang tot alcohol is groter dan de toegang tot educatie over alcoholgebruik.
- Het voorbeeld dat jongeren van de samenleving krijgen speelt een grote rol.
- De aanwezigheid van alcohol hoeft niet altijd te leiden tot onverantwoord alcoholgebruik.

De MC nodigt dan de drie inleiders uit op het podium, waarna mw. Halfhide de panelleden en de inleiders een presentje, in de vorm van een BOSS T-shirt geeft.



Afsluiting

Mw. Halfhide concludeert dat duidelijk is geworden dat alcoholmisbruik niet door maar èèn factor wordt bepaald. Het wordt mede bepaald door eigen keuzes, cultuur, vrienden, regels, beschikbaarheid, handhaving, ouders en social media. Jongeren willen niet alleen vrijheid, maar ook duidelijkheid, eerlijkheid en gedrag waar zij een voorbeeld aan kunnen nemen.

Opening dag 2 – 6 maart 2026

De MC heet iedereen welkom bij de tweede dag van de nationale dialoog, welke gericht zal zijn op luisteren, reflecteren en nadenken over hoe bij te dragen aan bewust en verantwoord alcoholgebruik. Hierbij zal een inventarisatie worden gedaan van wat werkt en wat verder kan worden uitgebouwd.

Margarita van der Zwart blikt kort terug op de eerste dag. Tijdens de bijeenkomst werd benadrukt dat er behoefte is aan meer educatie en bewustwording rondom verantwoord alcoholgebruik, vooral onder jongeren. Alcoholmisbruik werd erkend als een complex maatschappelijk probleem dat alleen effectief kan worden aangepakt door samenwerking tussen verschillende stakeholders, waarbij wetgeving, handhaving en persoonlijke verantwoordelijkheid hand in hand gaan.

Er werden open en eerlijke gesprekken gevoerd over spanningen tussen volksgezondheid en economische belangen, de invloed van groepsdruk onder jongeren, en de impact van alcoholmisbruik op de samenleving en de gezondheidszorg. Hierbij werd duidelijk dat partnerschap begint bij het erkennen van verschillende belangen en het luisteren naar elkaar.

Daarnaast werden belangrijke inzichten gedeeld, zoals het cruciale belang van rolmodellen en opvoeding, en het normaliseren van het maken van bewuste keuzes zonder sociale druk. Deze momenten benadrukten dat echte verandering draait om maatschappelijke impact en gedragsverandering.

Tot slot werd geconcludeerd dat er voldoende urgentie, bereidheid en energie is om het probleem aan te pakken. De uitdaging ligt echter in het vertalen hiervan naar concrete acties. Dit vraagt om sterke publiek-private samenwerking, met duidelijke rollen, transparantie, actieve betrokkenheid van jongeren en vooral onderling vertrouwen.

De focus lag op de eerste dag op het begrijpen van de problematiek en is de tweede dag vooral het identificeren van gebieden waar stakeholders kunnen samenwerken en het concretiseren van acties.

Presentatie I: Fariël Ishaak

Mw. Fariël Ishaak verzorgt een presentatie over de situatieanalyse (status, perceptie en bewustwording) van (verantwoord) alcoholgebruik en geeft daarbij de resultaten uit het recent onderzoek over (verantwoord) alcoholgebruik in Paramaribo, Wanica en Nickerie.

Inleiding

Mw. Ishaak heeft met haar medeonderzoekers J. Hira, G. Hunte en D. Ramkhelawan, onderzoek uitgevoerd in de districten Paramaribo, Wanica en Nickerie met als doel:

- Inzicht te krijgen in percepties, attitudes en gedrag.
- Een analyse te kunnen doen van determinanten van alcoholgebruik.
- Een nulmeting (baseline) te verrichten voor beleid & monitoring.
- Als onderbouwing te dienen voor evidence-based interventies.

Het onderzoek is gedaan o.b.v. een gecombineerde methode waarbij gebruik is gemaakt van surveys, interviews, literatuurstudie en focusgroepen.

Conceptueel model

Bij het onderzoek is gekeken naar beleid en de omgeving (prijs en beschikbaarheid van alcohol, wet- en regelgeving etc.), de culturele context (sociale praktijken, waarden en normen) en individuele determinanten (gedachten over alcohol, subjectieve normen).

Het onderzoek is verricht onder 920 respondenten in de leeftijd van 16 tot en met 65+ jaar, verdeeld over 5 leeftijdscategorieën.

Conclusies



- Alcoholgebruik is voor een groot deel van de respondenten recreatief.
 - Slechts een kleine groep (10,5%) rapporteert frequent gebruik.
 - Alcohol kan makkelijk gehaald /aangeschaft worden.
 - Respondenten zijn zich veelal bewust dat alcoholgebruik gezondheids- en maatschappelijke risico's met zich meebrengt, maar passen hun gedrag daar niet op aan.
 - Gedragswetenschappelijke modellen tonen aan dat alcoholgebruik niet primair wordt gestuurd door kennis, maar door attitudes, sociale normen en waargenomen gedragscontrole, en daaruit voortvloeiende intentie.
- District en leeftijd blijken significant samen te hangen met zowel drinkfrequentie als rijgedrag na alcoholgebruik.
 - Kwalitatieve interviews bevestigen dat alcoholgebruik in veel sectoren wordt gezien als een genormaliseerd onderdeel van het sociale leven, met name bij feestdagen, evenementen en informele bijeenkomsten.
 - Professionals/geïnterviewden zijn bezorgd over de impact van alcoholgebruik op verkeersveiligheid, gezinssituaties en kwetsbare groepen.
 - Verantwoord alcoholgebruik wordt niet alleen bepaald door individuele keuze, maar ook door sociale normen, cultuur en omgevingsfactoren.
 - Alle stakeholders vinden rijden onder invloed (DUI) zorgelijk. De huidige aanpak van verkeerscontroles is inefficiënt en belastend. Boetegelden worden momenteel onvoldoende strategisch benut.
 - Er is behoefte aan een integraal en multidisciplinair alcoholbeleid, met samenwerking tussen alle relevante stakeholders.

Aanbevelingen

1. Richt bewustwordingscampagnes explicieter op sociale normen en voorbeeldgedrag, en minder uitsluitend op individuele verantwoordelijkheid.
2. Versterk gedragscontroles door praktische interventies. Interventies moeten vaardigheden en handelingsalternatieven versterken.
3. Preventie moet zich niet alleen richten op probleemdrinkers, maar ook op de groep van zg. sociale drinkers
4. Betrek meerdere stakeholders en zorg voor meer samenwerking. Er moet een gedifferentieerde aanpak worden gebruikt met preventie gericht op meerdere sociale contexten.
5. Streef naar duurzame impact via structurele samenwerking tussen overheid, zorg, onderwijs, horeca, maatschappelijke organisaties en handhaving. STIVASUR kan hierin een regisserende rol vervullen.
6. Integratie van theorieën (Theory of Planned Behavior Integrated Behavioral Model en ecologische modellen) om preventie consistent, toetsbaar en beter te evalueren.
7. Betrek gedragswetenschappers structureel bij preventieontwikkeling en evaluatie van preventieprogramma's. Brede populatiegerichte interventies moeten afgewisseld worden met op specifieke doelgroepen gerichte interventies.
8. Hanteer een effectievere, zichtbaardere verkeersveiligheid beleid terzake alcoholgebruik. Stel een breed gedragen responsibility-strategie waarin verantwoordelijk schenken, snelle en effectieve signalering van intoxicatie, en het ontmoedigen van rijden onder invloed als standaardpraktijk zijn verankerd en expliciet en uniform is vastgelegd.

Presentatie II: Tatiana Ashruf

Mw. Tatiana Ashruf verzorgt namens het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid een presentatie over alcoholbeleid en (mentale) gezondheid in Suriname.

Inleiding

Net als in veel andere samenlevingen is alcohol deel van de sociale en culturele context. Maar het gebruik van alcohol heeft ook belangrijke gevolgen voor het mentaal welzijn, gezinnen, veiligheid en de economie. Het is daarom niet alleen een individuele keuze, maar ook een vraagstuk gerelateerd aan de publieke gezondheid.

Alcohol en gezondheid

Alcohol is een belangrijke risicofactor voor verschillende NCD's zoals kanker, hart- en vaatziekten, diabetes en hypertensie. Met name wanneer het gaat om kanker, is er geen veilige hoeveelheid alcohol die geconsumeerd kan worden. Ook draagt het bij aan verkeersongevallen, huiselijk geweld, productiviteitsverlies en verslavingsproblematiek.



Alcoholgebruik in Suriname

In Suriname gebruiken jongeren redelijk vaak alcohol; ongeveer 70% geeft aan te zijn begonnen met het drinken van alcohol voor de leeftijd van 14 jaar. Daarnaast geldt in Suriname dat mannen aanzienlijk meer drinken dan vrouwen, de gemiddelde consumptie is ongeveer 6,5 liter pure alcohol per persoon per jaar en sterke drank vormt het grootste deel van de alcoholconsumptie. (Cijfers 2014, 2016).

Alcohol in het brein

Alcohol bereikt het brein snel. Het leidt tot ontspanning, maar vermindert de concentratie, het geheugen en de controle. Daarnaast beïnvloedt alcohol het stress systeem; op korte termijn leidt alcoholconsumptie tot een daling van stress, maar op lange termijn wordt men overgevoelig. Mensen kunnen dagelijks minder stress aan, waardoor steeds vaker naar de fles gegrepen wordt. Als dit een gewoonte wordt, is het niet alleen schadelijk vanuit een biologisch oogpunt, maar leidt het tot vermijdgedrag. Het beïnvloedt keuzes t.a.v. relaties, veiligheid en de mentale gezondheid.

Waarom mensen drinken

Veel mensen beginnen te drinken uit nieuwsgierigheid of omdat sprake is van sociale druk of groepsdruk. Mensen gaan door met drinken om andere redenen; ze hebben last van stress en hun alcoholconsumptie leidt tot tijdelijke ontspanning. Daarom is alcoholmisbruik niet alleen een individuele keuze, maar ook een omgevings- en gezondheidsvraagstuk dat vraagt om brede systeemoplossingen.

De rol van de omgeving

Het gebruik van alcohol wordt beïnvloed door de omgeving. Gedrag ontstaat nooit in een vacuüm, maar wordt mede bepaald door de beschikbaarheid, betaalbaarheid en marketing van alcohol. Daarnaast spelen sociale normen een rol. In sommige gevallen, wanneer sprake is van mentale gezondheidsproblemen, wordt alcohol gebruikt als een vorm van zelfmedicatie.

Wanneer het om alcohol gaat zijn jongeren kwetsbaar, omdat hun hersenen nog in ontwikkeling zijn. Het verslavingsrisico is hoog, omdat de hersenen vaak nog sterk reageren op beloningsgedrag. Ook vrouwen zijn een kwetsbare groep, omdat vrouwen gemiddeld sneller reageren op alcohol. Daarnaast hebben vrouwen een verhoogd risico op bepaalde kankersoorten. Mannen vormen een kwetsbare groep vanwege de sociale druk die ze ervaren om meer te drinken. Het is daarom belangrijk om meer te investeren in preventie.

Alcoholbeleid in Suriname

Er zijn al verschillende stappen gezet wat betreft alcoholbeleid in Suriname. Er is sinds 1981 een wettelijke regulering en er gelden accijnzen, BTW en importheffingen voor alcoholhoudende dranken. Ook zijn er verschillende fiscale instrumenten voor de regulering van alcoholproducten en werd in 2020 het Nationaal Alcoholbeleid herzien in conceptvorm. Deze moet nog geactualiseerd worden, gefinaliseerd en geïmplementeerd.

Wat werkt volgens internationaal bewijs

Volgens internationale richtlijnen van de WHO en PAHO zijn de volgende maatregelen effectief:

- prijs- en accijnsbeleid op alcoholhoudende dranken
- regulering van alcoholmarketing, vooral richting jongeren
- beperking van beschikbaarheid (verkooplocaties en tijden)
- alcoholvrije publieke omgevingen
- screening en korte interventies in de eerstelijnszorg

Deze maatregelen maken onderdeel uit van het WHO SAFER-pakket, een internationaal aanbevolen strategie om alcohol gerelateerde gezondheidsschade te verminderen.

Slotboodschap

Mw. Ashruf benadrukt dat deze dialoog een belangrijke stap is om te komen van bewustwording, naar beleid en uitvoering. Stakeholders staan niet tegenover elkaar. *‘Samen kunnen wij werken aan een gezonder en veerkrachtiger Suriname.’*

Presentatie III: Suraksha Hirasingh

Mw. Suraksha Hirasingh geeft namens het Ministerie van Economische Zaken, Ondernemerschap en Technische Innovatie (EZOTI) een presentatie over onder meer illegale alcohol.

Inleiding

Mw. Suraksha Hirasingh geeft aan dat ze hoopt dat vandaag een open en constructief gesprek te hebben, waarbij verschillende inzichten worden gedeeld om zo te komen tot uitvoerbare acties.

Economisch en maatschappelijk vraagstuk

Vanuit EZOTI is verantwoord alcoholgebruik niet alleen een gezondheidsvraagstuk, maar raakt het ook economische ordening en marktregulering. Met name wanneer sprake is van illegale handel, zijn zaken als consumentenbescherming, handhaving en toezicht belangrijk. Illegale productie en handel leidt tot onttrekking aan kwaliteitscontroles, ontduiking van belastingen en accijnzen, een oneerlijk speelveld voor bonafide ondernemers en risico's voor de consumenten volksgezondheid.

Rol van EZOTI en de Economische Controle Dienst

De belangrijkste taak van EZOTI is het houden van toezicht op de handels- en industriële activiteiten, d.m.v. controle op vergunningen en naleving van wetgeving, opsporing en inbeslagname van illegale alcohol en samenwerken met het ministerie van Justitie en Politie.

Illegale verkoop van alcohol vormt een structurele uitdaging. Alleen al in 2025 zijn grote hoeveelheden illegale alcohol binnengebracht als smokkelwaar. Het is hierbij belangrijk om een transparant afhandelingsproces te hebben na inbeslagname hiervan. Dit versterkt het vertrouwen in het toezicht en data die wordt gehaald uit de inbeslagname kan worden ingezet voor beleidsverbetering.

Belangrijke knelpunten voor een goede aanpak van illegale handel zijn parallelle markten die buiten de regulering opereren, een beperkte controlecapaciteit en onvoldoende gegevensuitwisseling tussen de instanties. Hierin kan verbetering worden gebracht door controle acties, een transparant afhandelingsproces na inbeslagname en data en het inzetten van trendstudies voor

beleidsverbetering. Daarnaast kunnen nationale bewustwordingscampagnes worden georganiseerd en is structurele training en voorlichting nodig aan jongeren en ondernemers.



Mw. Hirasingsh draagt de volgende vragen aan t.b.v. de discussie:

- *Hoe pakken we het probleem van illegale alcohol effectief aan zonder uitsluitend repressief te werken?*
- *Hoe verbeteren wij structurele samenwerking?*
- *Waar is betere afstemming noodzakelijk?*
- *Wie vervult regierol om versnippering te voorkomen?*
- *Is een nationaal overlegplatform wenselijk?*

Slotboodschap

Namens EZOTI spreekt mw. Hirasingsh de bereidheid uit om actief bij te dragen aan een geïntegreerde aanpak, waar het gezamenlijk belang centraal staat voor economische groei en ter bescherming van consumenten en een eerlijke markt.

Na het einde van de presentatie worden alle inleiders op het podium uitgenodigd en ontvangen een presentje van mw. Halfhide, in de vorm van een BOSS T-shirt.

Dialogo in werkgroepen | Nationale aanpak van alcoholmisbruik – een gezamenlijke verantwoordelijkheid

De participanten zijn verdeeld over 7 werkgroepen, zodat de volgende thema's kunnen worden behandeld:

1. Alcohol en verkeer
2. Alcohol en jongeren
3. Alcohol en zwangerschap
4. Verkoop (in de winkel) en Serveren (in de horeca)
5. Handhaving in de breedste zin des woords
6. Educatie en Bewustwording (school, werk, buurten)
7. Preventie bij zorg en nazorg (van verslaving, Non Communicable Diseases (NCD's, e.d.)

Aan iedere werkgroep wordt gevraagd de volgende 3 vragen te beantwoorden:

1. Wat doet mijn organisatie nu al, direct of indirect, dat bijdraagt aan verantwoord alcoholgebruik, preventie of beperking van schade (gezondheid, imago bedrijfsleven, juridisch, ed.) in Suriname op het thema van je werkgroep?
2. Wat kan mijn organisatie in de komende 2- 3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?
3. Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken? Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?



Nadat de werkgroepen de vragen in break-out sessies hebben besproken, worden de resultaten gedeeld in een plenaire sessie. Onderstaand zijn de presentaties van de werkgroepen opgenomen.

THEMA 1: ALCOHOL EN VERKEER		
Deelnemers werkgroep: Jeugdraad, STIVASUR, PTC en SAO		
1.	<p>Wat doet mijn organisatie nu al, direct of indirect, dat bijdraagt aan verantwoord alcoholgebruik, preventie of beperking van schade (gezondheid, imago bedrijfsleven, juridisch, e.d.) in Suriname op het thema van je werkgroep?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ De SAO geeft presentaties samen met PCS gericht op preventie. ▪ SAO nodigt op sportdagen rolmodellen uit om motivatiesessies uit te voeren met mensen uit het leger. ▪ De Jeugdraad heeft 'Youth Hour'. ▪ De Jeugdraad bezoekt scholen.
2.	<p>Wat kan mijn organisatie in de komende 2-3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SAO zal voorlichting geven, awareness sessies organiseren, promofilmjes laten maken door de bestaande cursisten voor nieuwe cursisten en sessies verzorgen gericht op preventie en verantwoord omgaan met alcohol incorporeren in het Basic Life Skills programma. ▪ De Jeugdraad gaat hun voorlichting intensiveren, samenwerken met de buurtmanagers en in mei starten met een motivatiesessie starten bij SAO.
3.	<p>Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken?</p> <p>Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ De directe stakeholders moeten samenkomen en een plan opstellen en daar een budget aan koppelen. ▪ Er moeten fondsen worden gezocht bij organisaties als IDB, PAHO, UNICEF, etc.

MC: Worden de regels voor alcohol- en drugsgebruik ook toegepast door SAO?

SAO Vertegenwoordiger: We hebben niet vaak meegemaakt dat men alcohol misbruikt. De enkele keren dat het misgaat met een cursist, volgt een gesprek met de supervisor en daarna wordt contact opgenomen met de ouders. We willen het graag oplossen omdat we ons uitvalpercentage niet willen verhogen.

THEMA 2: ALCOHOL EN JONGEREN		
Deelnemers werkgroep: VVI, SAB, UNASAT, Fernandes, EZOTI en Stg. De STEM		
1.	Wat doet mijn organisatie nu al, direct of indirect, dat bijdraagt aan verantwoord alcoholgebruik, preventie of beperking van schade (gezondheid, imago bedrijfsleven, juridisch, e.d.) in Suriname op het thema van je werkgroep?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ VVI verzorgt voorlichting en educatie op de scholen. ▪ STIVASUR verzorgt voorlichting samen met bedrijven en voert campagnes uit voor het bereiken van de doelgroep. ▪ Stg. De Stem komt in actie in een later stadium, namelijk wanneer sprake is van verslaving. ▪ UNASAT doet momenteel nog niets op dit gebied.
2.	Wat kan mijn organisatie in de komende 2-3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studenten betrekken in campagnes om bewustwording te stimuleren. ▪ Data verzamelen, analyseren en delen voor beter beleid. Het is belangrijk om alle organisaties te betrekken. VVI is bezig met de opzet van een geïntegreerde database waarbij de primaire stakeholders in kaart zijn gebracht. Aan verschillende stakeholders, waaronder STIVASUR, zal dan de mogelijkheid worden geboden om de data toe te voegen. Dan kan beleid worden gemaakt en kunnen de taken worden verdeeld. ▪ Er moet een samenwerking komen met de onderwijssector. De scholen zullen richtlijnen moeten geven over het gebruik van alcohol om verantwoordelijk alcohol te stimuleren.
3.	Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken? Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?	STIVASUR moet de centrale aansturing zijn voor integraal beleid. Er moet intensievere samenwerking komen met de stakeholders. STIVASUR moet fungeren als paraplu orgaan en de inzichten verzamelen van de overheid, NGO's en bedrijven.

THEMA 3: VERKOOP EN SERVEREN		
Deelnemers werkgroep: Hotelwezen, penitentiair ambtenaar, ADEK, Jeugdambassadeur		
1.	Wat doet mijn organisatie nu al, direct of indirect, dat bijdraagt aan verantwoord alcoholgebruik, preventie of beperking van schade (gezondheid, imago bedrijfsleven, juridisch, e.d.) in Suriname op het thema van je werkgroep?	<p><i>(Deze groep heeft de antwoorden op alle vragen samengevoegd)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Er moet meer awareness komen en meer samenwerking tussen de verschillende organisaties. ▪ Beleid moet worden aangescherpt en daarbij is naleving en controle belangrijk. Er kan een Whistleblower instituut in het leven worden geroepen, waar misstanden onder de aandacht worden gebracht. ▪ 'Be an example in the family.' Binnen de Chinese cultuur gelden de ouderen als voorbeeldfiguren voor de jongeren en dit moet in de rest van de samenleving ook vaker gebeuren. ▪ Er is meer onderzoek nodig naar alcoholgebruik binnen gezinnen, zodat op basis van onderzoeksresultaten beleid kan worden ontwikkeld. ▪ Organisaties gericht op verantwoord alcoholgebruik moeten meer samenwerken. ▪ Straffen moeten worden aangescherpt en er moeten meer boetes worden opgelegd ▪ Data moet vaker worden gedeeld. ▪ Nazorg is belangrijk. Wanneer iemand is geholpen, is controle en nazorg belangrijk. ▪ Naasteliefde is belangrijk, wanneer mensen meer van elkaar houden gaan ze ook beter op elkaar letten.
2.	Wat kan mijn organisatie in de komende 2- 3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?	
3.	<p>Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken?</p> <p>Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?</p>	

Aanvullende opmerking: Wat betreft de nazorg, deze moet niet alleen zijn gericht op de alcohol gebruikers, maar ook op eventuele slachtoffers. Dit kan bijvoorbeeld iemand zijn die een geliefde heeft verloren bij een ongeluk. Ook naasteliefde is belangrijk. Wanneer iemand het moeilijk heeft en naar de fles grijpt, moet iemand je erop kunnen wijzen wanneer je te ver gaat.

THEMA 4: ALCOHOL EN ZWANGERSCHAP	
Deelnemers werkgroep: VSB, STIVASUR, horecasector, jeugdorganisaties, EZOTI en Bestuursdienst	
1.	<p><i>Wat doet mijn organisatie nu al, direct of indirect, dat bijdraagt aan verantwoord alcoholgebruik, preventie of beperking van schade (gezondheid, imago bedrijfsleven, juridisch, e.d.) in Suriname op het thema van je werkgroep?</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vanuit de horecasector wordt vooral gelet op consumenten wanneer zij aan het drinken zijn. Het personeel wordt getraind om tijdig in te grijpen. Echter, het hoog verloop onder personeel is een uitdaging. ▪ De VSB houdt zich voornamelijk bezig met het beoordelen van reclames. ▪ STIVASUR houdt zich bezig met het ontwikkelen van beleid.
2.	<p><i>Wat kan mijn organisatie in de komende 2- 3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Er kan worden samengewerkt met de medische sector, specifiek met de RGD, huisartsen, gynaecologen en Stg. Perisur. ▪ Meer awareness creëren samen met de media. ▪ Via VSB-kanalen kan beter worden gecommuniceerd naar de ondernemers en de samenleving. ▪ EZOTI en Bestuursdiensten kan meer controle doen op naleving. Het is belangrijk hierbij dat consequent wordt gehandeld. ▪ STIVASUR kan meer aan training en awareness doen, vooral wat betreft het “vertalen” van alcoholpercentages (bv. van bier naar sterke drank)
3.	<p><i>Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken? Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?</i></p>
	<p>Goede samenwerking is belangrijk. Om het praktisch te organiseren wordt voorgesteld om dit te trekken vanuit het ministerie van Volksgezondheid.</p>

THEMA 5: EDUCATIE EN BEWUSTWORDING

Deelnemers werkgroep: COVAB, Projekta, KPS, ministerie van VWA en Fernandes

1.	<p><i>Wat doet mijn organisatie nu al, direct of indirect, dat bijdraagt aan verantwoord alcoholgebruik, preventie of beperking van schade (gezondheid, imago bedrijfsleven, juridisch, e.d.) in Suriname op het thema van je werkgroep?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ COVAB heeft de onderwerpen gezondheid en bewustwording opgenomen in het curriculum. ▪ Voor Projekta vormt verantwoord alcoholgebruik een onderdeel van het programma tegen huiselijk geweld. ▪ De alcoholsector zorgt voor verantwoorde reclame en er is intern beleid wat betreft alcoholgebruik en handhaving. Er zijn ook consequenties verbonden aan het gebruik van alcohol op de werkvloer. Daarnaast is jaarlijks een verplichte e-learning voor werknemers. ▪ KPS doet verkeerscontroles en blaastesten. ▪ Bij VWA heeft de RGD een Healthy School project in samenwerking met het ministerie van Onderwijs, Wetenschap en Cultuur onder het Basic Life Skills project. Er is ook aandacht voor de NCD's en de risicofactoren. Daarnaast ontwikkelt het ministerie beleid en awareness materiaal. ▪ Fernandes heeft een vaste training: Responsible Alcohol Marketing. Binnen hun HSE-beleid is ook aandacht voor verantwoord alcoholgebruik en zijn consequenties voor alcoholmisbruik.
2.	<p><i>Wat kan mijn organisatie in de komende 2- 3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Binnen COVAB komt meer aandacht voor training over alcohol. Binnenkort start een nieuwe module family counseling waarbij alcoholgebruik binnen gezinnen kan worden besproken. ▪ Er kan worden gewerkt aan meer bewustwording en kunnen gastcolleges worden georganiseerd. ▪ Het is mogelijk om themadagen te organiseren, waarbij verantwoord alcoholgebruik het thema is. ▪ Verstrekken van meer voorlichting aan organisaties en NGO's. ▪ Er moet meer samenwerking komen tussen de verschillende organisaties. ▪ Projekta kan ondersteunen bij het ontwikkelen van voorlichtingsmateriaal bij andere organisaties. ▪ Het bedrijfsleven kan een holistische aanpak toepassen voor het bevorderen van verantwoord alcoholgebruik samen met STIVASUR en partners betrekken voor meer bewustwording. Vanuit het bedrijfsleven zijn veel e-learnings beschikbaar. Wanneer bedrijven onderdeel zijn van internationale organisaties is veel materiaal toegankelijk. Intern is er

THEMA 5: EDUCATIE EN BEWUSTWORDING

Deelnemers werkgroep: COVAB, Projekta, KPS, ministerie van VWA en Fernandes

		<p><i>materiaal, regels en beleid dat kan worden gedeeld en gebruikt. Dit leidt tot transparantie, maar de organisaties kunnen zo ook van elkaar leren.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>KPS is verantwoordelijk voor het doen van controles, maar beschikt niet altijd over de apparatuur en middelen om deze uit te voeren. Voor handhaving wordt vaak geen geld uitgegeven.</i> ▪ <i>Het ministerie van VWA zou veel meer voorlichting kunnen geven via de artsen en poli's. In Suriname is de focus bij voorlichting vaak op zwangere vrouwen en minder op de risico's ingeval van onverantwoord alcoholgebruik.</i> ▪ <i>Fernandes kan hun personeel beter betrekken bij hun activiteiten door het verstrekken van training. Er kan worden gezocht naar mogelijkheden tot samenwerkingen om verantwoord alcoholgebruik te bevorderen.</i>
3.	<p><i>Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken?</i></p> <p><i>Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Er zijn financiële middelen nodig. Behalve externe financiering is ear-marked funding nodig speciaal voor verantwoord alcoholgebruik, bewustwording en handhaving.</i> ▪ <i>Betere veiligheidsdiensten.</i> ▪ <i>Kennisuitwisseling.</i> ▪ <i>Regulier onderzoek.</i> ▪ <i>Gezamenlijke voorlichting (o.a. voor hogere betrokkenheid van stakeholders en om te waarborgen dat de informatie niet alleen blijft hangen bij de mensen die in een overlegplatform zitten namens hun organisatie)</i> ▪ <i>Reflectie, monitoring en kwaliteitscontrole</i>

THEMA 6: ALCHOL EN VERKEER

Deelnemers werkgroep: Fernandes, Choi, ADEK, Stg. Liefdevolle Handen, PCS en King's

1.	<p><i>Wat doet mijn organisatie nu al, direct of indirect, dat bijdraagt aan verantwoord alcoholgebruik, preventie of beperking van schade (gezondheid, imago bedrijfsleven, juridisch, e.d.) in Suriname op het thema van je werkgroep?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Fernandes is lid van STIVASUR, let op alcohol awareness bij interne feestjes en bij alle reclame-uitingen worden de vereiste icoontjes gebruikt. Daarnaast is er een alcohol- en drugspolicy en worden testen uitgevoerd.</i> ▪ <i>Choi hanteert een 18+ beleid voor het kopen en verkopen van alcohol, sponsort STIVASUR en de BOSS-campagne en let op alcohol awareness bij interne feestjes.</i> ▪ <i>Bij ADEK is alcoholgebruik toegestaan op de faculteit.</i> ▪ <i>Stg. Liefdevolle Handen heeft geen specifiek alcoholbeleid. De stichting zet zich in voor voorlichting geven over preventie van alcoholmisbruik op scholen.</i> ▪ <i>PCS heeft beleid waarbij alcohol en drugs op de werkvloer worden verboden en biedt mogelijkheden om af te komen van verslaving aan alcohol en drugs.</i> ▪ <i>King's is lid van STIVASUR en committeert zich aan de gedragscode. Ze houden zich aan de vereiste 3 icoontjes, bij interne feestjes wordt gelet op verantwoord alcoholgebruik en sponsoren activiteiten van STIVASUR, waaronder de BOSS campagne.</i>
2.	<p><i>Wat kan mijn organisatie in de komende 2- 3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Fernandes zal sociale controle uitoefenen tijdens events van Fernandes, waarbij controleurs worden gebruikt die de Gedragscode van STIVASUR zullen toepassen samen met de overheid, NGO's en het bedrijfsleven.</i> ▪ <i>Choi overweegt lid te worden van STIVASUR en zal de verplichte icoontjes plaatsen in hun uitingen.</i> ▪ <i>ADEK zal een inventarisatie doen van bestaande wet- en regelgeving en kijken waar dit aangepast moet worden.</i> ▪ <i>Stg. Liefdevolle Handen zal de preventie activiteiten intensiveren.</i> ▪ <i>PCS zal zich richten op preventie activiteiten met een focus op alcohol en verkeer.</i> ▪ <i>King's zal de sociale controle verscherpen. Eventueel zal worden geprobeerd om blaastesten</i>

		te doneren aan KPS zodat er blaastesten kunnen worden uitgevoerd.
3.	<p>Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken? Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?</p>	<p>De organisaties uit deze werkgroep kunnen beter samenwerken in de toekomst bij het verrichten van preventie activiteiten.</p>

THEMA 7: PREVENTIE BIJ ZORG EN NAZORG		
<p>Deelnemers werkgroep: Ministerie van Justitie en Politie, Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid, Nationale Anti-Drugsraad, Fernandes, Surinaamse Brouwerij en ADEK</p>		
2.	<p>Wat kan mijn organisatie in de komende 2- 3 jaar binnen de mogelijkheden realistisch gezien nog meer doen om eerder genoemde doelen samen te realiseren?</p>	<p>Er moet een strategie worden ontwikkeld voor waarbij ouders worden geleerd om hun kinderen correct op te voeden. Hierbij kan een ketenbenadering worden gehanteerd, waar buurtmanagers, social media, religieuze organisaties allemaal een bijdrage kunnen leveren. NGO's kunnen naar scholen gaan en strategische sessies verzorgen.</p>
3.	<p>Wat hebben we van elkaar nodig om dit te laten werken? Welke afhankelijkheden zijn er tussen onze organisaties om dit echt te laten werken, en hoe kunnen we die praktisch organiseren?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Er zijn bestaande netwerken. De Nationale Anti-Drugsraad heeft al verschillende stakeholders die zich bezighouden met de gevolgen van alcoholgebruik. Dit netwerk kan worden ingezet. ▪ Er is behoefte aan een locatie waar nationale data beschikbaar is. ▪ De continuïteit van de commitment moet worden gewaarborgd, zodat continu actie wordt ondernomen om de samenleving te beschermen.

Afsluiting en conclusie

De MC stelt voor om te overwegen mensen te verplichten om een cursus te volgen wanneer ze zich schuldig maken aan onverantwoord alcoholgebruik en geeft dan het woord aan mw. Halfhide.

Mw. Halfhide gaat kort in op hetgeen is besproken tijdens de dialoog. Tijdens de nationale dialoog kwam in gesprekken met jongeren naar voren dat zij enerzijds vrijheid willen, maar anderzijds behoefte hebben aan duidelijke richtlijnen en rolmodellen. Dit onderstreept dat verantwoord alcoholgebruik een gedeelde verantwoordelijkheid is van de gehele samenleving.

Op de tweede dag werd het onderwerp verdiept met onderzoeksresultaten over alcoholmisbruik onder jongeren in Paramaribo, Wanica en Nickerie, evenals inzichten vanuit de ministeries van Volksgezondheid en Economische Zaken. Hierbij werd duidelijk dat alcoholgebruik niet alleen een gezondheidsvraagstuk is, maar ook impact heeft op economie, veiligheid en cultuur, inclusief de problematiek rondom illegale alcoholproductie en -verkoop.

Uit werkgroep discussies bleek dat er al veel initiatieven bestaan op het gebied van bewustwording, preventie en educatie. Echter, deze activiteiten zijn vaak versnipperd. Meer samenwerking, afstemming en kennisdeling zijn nodig om effectiever te zijn.

Belangrijke prioriteiten die naar voren kwamen zijn: versterking van handhaving van bestaande regelgeving, uitbreiding van educatie en bewustwording (voor zowel jongeren als volwassenen), aandacht voor verantwoord schenken en verkopen van alcohol, verbetering van dataverzameling en onderzoek, en meer focus op nazorg voor mensen met alcoholgerelateerde problemen en hun omgeving.

Daarnaast werd het belang van een integrale, holistische aanpak benadrukt, waarbij preventie, educatie, handhaving, cultuur en zorg met elkaar verbonden zijn. Ook de rol van voorbeeldfiguren, zoals ouders, docenten en maatschappelijke leiders, werd als cruciaal gezien in het beïnvloeden van gedrag.

De dialoog heeft geleid tot nieuwe samenwerkingen en meer wederzijds begrip tussen overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Er werd geconcludeerd dat blijvende samenwerking essentieel is om te komen tot een samenleving waarin vrijheid en verantwoordelijkheid in balans zijn en bewustwording leidt tot concrete actie.

Mw. Halfhide bedankt dan iedereen voor hun inzet en sluit de nationale dialoog.

ANNEX I Programma 5 maart en 6 maart 2026

ANNEX II Presentaties van sprekers

ANNEX III Deelnemerslijst

ANNEX IV Persuitingen

Annex I – Programma



NATIONAAL DIALOOG 2026

Verantwoord Alcoholgebruik; van bewustzijn naar actie!

DAG 1: DONDERDAG 5 MAART 2026 | 17.30-21.00 | BANQUET HALL - TORARICA RESORT

Alcohol en Jeugd: Balans tussen Eigen Keus, Bescherming en Verantwoordelijkheid

Focusgroep: Jongeren en Jongerenorganisaties

In dialoog met jongeren over alcoholgebruik en alcoholmisbruik om samen te onderzoeken wat jongeren nodig hebben om onverantwoord alcoholgebruik tegen te gaan.

17.00 uur	Inloop
17.30 uur	Opening en inleidingen: <ul style="list-style-type: none"> • Fariel Ishaak: Situatietanalyse van jongeren en (verantwoord) alcoholgebruik. Resultaten uit het recent onderzoek over (verantwoord) alcoholgebruik in Paramaribo, Wanica en Nickerie. • Arielle Djastro: Initiatieven voor verantwoord alcoholgebruik gebaseerd op nationale en internationale regelgeving en gedragsregels vanuit de alcoholsector. • Vishaal Sewgobind: Alcoholgebruik in de praktijk vanuit een Mixologist.
19.00 uur	Paneldiscussie met jongeren en vertegenwoordigers vanuit overheids-, maatschappelijke en jongerenorganisaties. Alcohol: de neergang van jongeren, ondersteund door alcohol producerende en distribuerende bedrijven?!
20.30 uur	Conclusies, aanbevelingen en acties
21.00 uur	Afsluiting



NATIONAAL DIALOOG 2026

Verantwoord Alcoholgebruik; van bewustzijn naar actie!

DAG 2: VRIJDAG 6 MAART 2026 | 09.00-13.00 | BANQUET HALL - TORARICA RESORT

Nationale Aanpak: Gezamenlijke Verantwoordelijkheid en Beleid

Focusgroep: Overheid, Maatschappelijke Organisaties en Bedrijfsleven.

Het dialoog levert bouwstenen op voor een praktisch, gedragen plan van aanpak tegen misbruik van alcohol, waarin de rol van partijen bekend is, de acties op elkaar aansluiten en de samenwerking expliciet.

08.30 uur	Inloop
09.00 uur	Opening en inleidingen <ul style="list-style-type: none"> • Fariel Ishaak: Resultaten uit het recent onderzoek over (verantwoord) alcoholgebruik in Paramaribo, Wanica en Nickerie. • Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid: Inzage in het nationaal alcoholbeleid en de relatie van gezondheid en alcoholmisbruik. • Ministerie van Economische Zaken, Ondernemerschap en Technologische Innovatie: Effecten van illegale alcoholproductie en -verkoop, op economie en gezondheid: knelpunten en concrete acties.
10.30 uur	Dialoog in werkgroepen. Nationale aanpak tegen alcoholmisbruik, een gezamenlijke verantwoordelijkheid
12.15 uur	Conclusies, aanbevelingen en acties
13.00 uur	Afsluiting

Annex II – Presentaties sprekers

ND26. Dag 1. 5 maart 2026. Inleiding F. Ishaak.



Onderzoek naar de status en de perceptie van en bewustverdrag over (verantwoord) alcoholgebruik in drie districten van Suriname

↓

Jongeren en keuzes bij alcohol

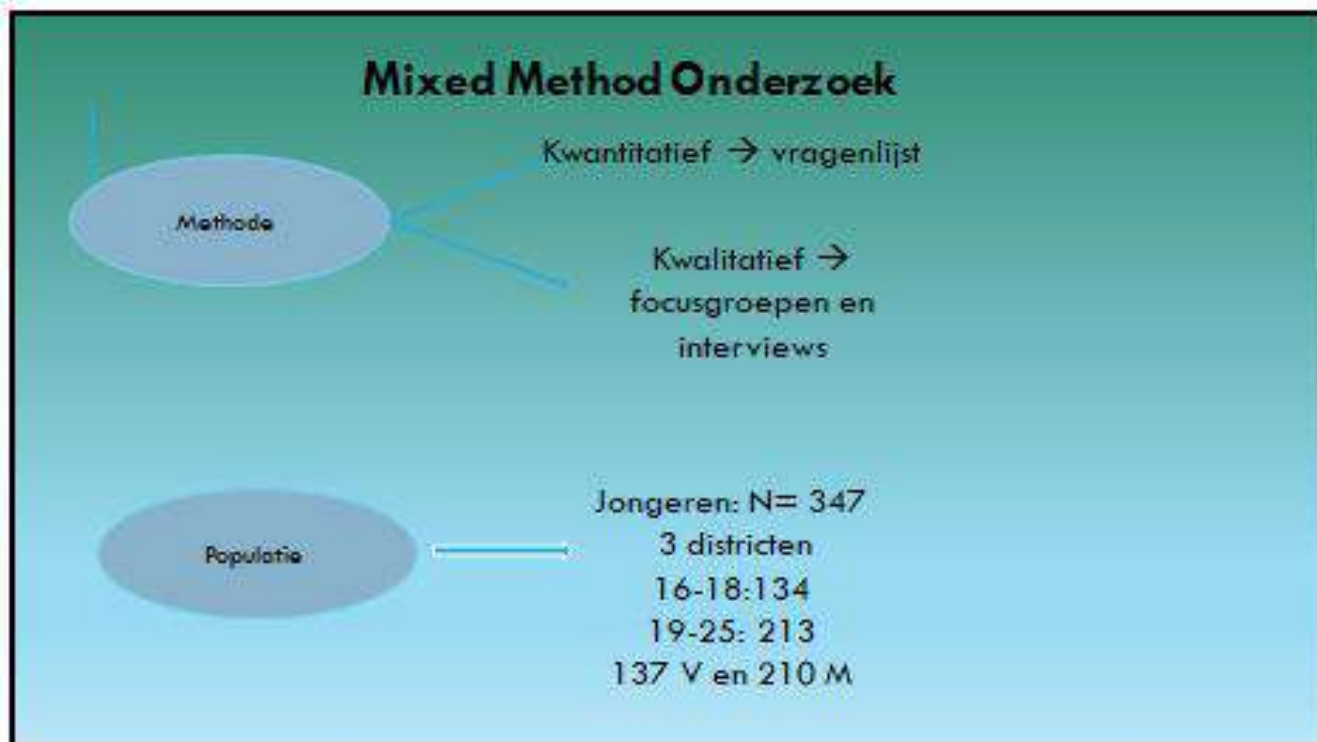
Onderzoekers:
Dr. F. Ishaak en G. Hunte MSPH
Assistentie: J. Hira BSc



Het belang van dit onderzoek

- Perceptie van jongeren over (verantwoord) alcoholgebruik
- Hoe omgeving en sociale normen keuzes van jongeren beïnvloeden





Normalisatie van alcoholgebruik:

- Alcohol wordt vaak als een normaal onderdeel van sociale interactie gezien
- Groepsdruk moedigt jongeren aan om alcohol te consumeren
- Sociale evenementen versterken de perceptie van alcoholgebruik
- Laagdrempelig : supermarkt, feestjes/everts
- Geen ID controle bij de winkelen en relatief goedkoop

Quote:

- "Als iedereen drinkt, is het moeilijk om als enige nee te zeggen."
- "Als je niet drinkt, word je soms gezien als saai"



Citaten en belangrijke factoren die beïnvloeden

“Studie en stress zijn één van de factoren waarom studenten alcohol gebruiken.”

Stressfactoren

“Vrienden zeggen: neem gewoon eentje, je gaat het niet eens merken.”

Leeftijdsgenoten

“Er zijn mensen die zich kunnen beheersen en mensen die dat niet kunnen.”

Voorbeeldgedrag

“Alcohol kan echt invloed hebben op je prestaties.”

Stressfactoren

“Jongeren luisteren eerder naar andere jongeren, betrek de peers, maak gebruik van sociale media en ook influencers...”

Leeftijdsgenoten

“Ouders en school kunnen helpen, maar vrienden hebben de meeste invloed.”

Voorbeeldgedrag

Risico-perceptie bij jongeren

Risico-inschatting:

onder jongeren is redelijk goed, echter geeft 27.1% aan nog niet nagedacht te hebben over gevolgen van alcoholgebruik (onderschatting gevolgen van alcoholgebruik) Jongeren geloven dat alcoholgebruik weinig **risico** met zich meebrengt, zoals de gedachte dat gebruik onschuldig is of dat ze makkelijk kunnen stoppen



Rijden onder invloed: 3,3% tussen 19 en 25 jaar rijdt altijd onder invloed en 31.5% rijdt soms onder invloed (Risico-onderschatting)

Alcoholconsumptie-frequentie:

Bij **jongvolwassenen (19-25 jaar)** vaker wekelijkse of frequentere alcohol consumptie (17,4%), adolescenten (16-18 jaar; 6,0%). Adolescenten drinken vaker slechts bij hoge uitzondering (44,8%) dan **jongvolwassenen (29,1%)**.



Jongeren en feestcultuur: fun, peers events, music and drinks

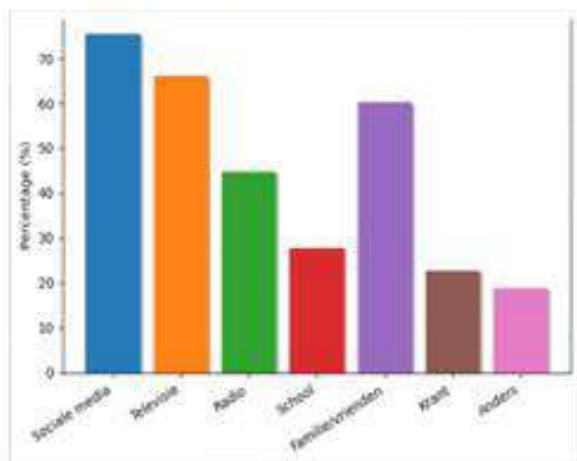
"Alcohol is gratis bij feestjes..ik doe me soms te goed aan minstens de cocktails."

" Bij events gaan we special om 3 zaken: music, fun and drinks . "

"Jonge mensen als wij houden van fun. Alcohol hoort gewoon bij uitgaan en feestjes."

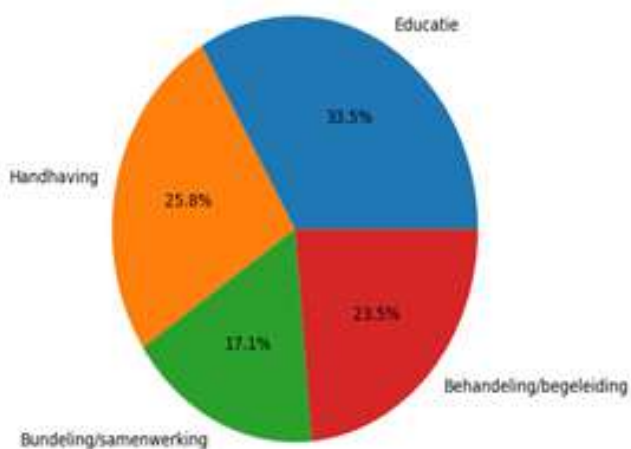


Hoe geïnformeerd ?



Preventie en voorlichtingsprogramma

Voorkeuren jongeren voor bevordering verantwoord alcoholgebruik (Totaal N=347)



Beide leeftijdsgroepen
 ✓ Combineren preventie (educatie)
 ✓ Met structurele maatregelen (handhaving)
 ✓ En ondersteunende zorg (begeleiding)

Er is dus een **holistische visie bij jongeren**.

Opvallend: Oudere jongeren (19–25) tonen systematisch hogere percentages bij handhaving + behandeling.



Empowerment

- Controleer outlets (winkels/supermarketen etc)
- Events: ja, maar meer regulering gewenst.
- Educatie en voorlichting via sociale media, familie, vrienden en scholen.
- Empower jongeren om zelfverzekerde keuzes te maken gericht op welzijn.
- Mentale Kracht: ondersteuning en vertrouwen
 - Samen gezonde keuzes: open communicatie tussen jongeren en ouderen
 - Luisternaar elkaar en advise vragen bij twijfel
 - Zelfverzekerd zijn en werken aan positief zelfbeeld

GEDACHTE VOOR DE DIALOOG :

Bewustwording is cruciaal voor positieve veranderingen in gedrag en om verantwoorde keuzes te maken over alcoholgebruik.



**Thank you
for listening!**

Any questions?

ND26. Dag 1. 5 maart 2026. Inleiding Ariëlle Djastro.

Wat onderneemt de alcoholindustrie op het gebied van Responsible Alcohol Use?

Bewustwording en beleid

Bewustwording en opleiding

Medewerkers worden continu getraind in verantwoord alcoholgebruik via verplichte e-learnings, kennisplatformen en interne communicatie over "Always a Choice".

Beleid en handhaving

We volgen een strikt Health & Safety-beleid met alcohol- en drugstesten, duidelijke consequenties en passende begeleiding. Veiligheid en gezondheid staan altijd voorop.

Voorbeeldgedrag intern

Tijdens interne evenementen stimuleren we matig en verantwoord gebruik via de 2-coins-policy, blaastesten en alcoholvrije alternatieven.

Etikettering

Op al onze producten vermelden we duidelijke informatie, waaronder het alcoholpercentage en drie verantwoord-drinksymbolen.

Reclame en evenementen

Alle reclame-uitingen bevatten de drie verantwoord-drinksymbolen (18+, geen alcohol in het verkeer, niet voor zwangere vrouwen) en worden niet geplaatst binnen 200 meter van scholen, gebedshuizen of speelplaatsen. Voor (gesponsorde) evenementen geldt een minimumleeftijd van 18 jaar.



Extern – samen verantwoordelijkheid nemen in de samenleving

Samenwerking en bewustwording

Partnerschap met Stivasur

Surinaamse Brouwerij is een van de founding partners van STIVASUR, de stichting voor verantwoord alcoholgebruik in Suriname. Via deze samenwerking investeren wij structureel in educatie, bewustwording en gedragsverandering.

Educatie en training via EVAS

Een belangrijk resultaat van dit partnerschap is het EVAS-learningplatform, een e-learning voor horeca-personeel gericht op verantwoord schenken, het voorkomen van onderage drinkers en het herkennen van risicogedrag.

Publiekscampagnes voor gedragsverandering

- Samen met STIVASUR voeren wij landelijke campagnes zoals:
- "Gaan we uit of out? Verantwoord drinken begint bij jou"
 - Implementatie van de campagne veilig verkeer Suriname
 - Implementatie van de BOSS campagne

Internationale partnerschappen



Thank YOU!

Verantwoord drinken is een keuze — een moment van bewust stilstaan bij jezelf, jouw veiligheid en gezondheid en de mensen om je heen. Het begint klein, bij één beslissing... maar het effect is groot. Kies bewust. Kies voor verantwoord genieten.

Arielle Djastro,
Partnerships & BI Manager



Dag 1. 5 maart 2026. Inleiding Vishaal Sewgobind.



1. INTRODUCTIE

MR. COCKTAIL IS MEER DAN EEN COCKTAILBEDRIJF.

HET IS EEN PROFESSIONEEL HOSPITALITY CONCEPT DAT STAAT VOOR KWALITEIT, BELEVING EN VERANTWOORDELIJKHEID. WIJ VERZORGEN PREMIUM BARSERVICE OP BRUILOFTEN, FEESTELIJKE GELEGENHEDEN EN VOOR AL CORPORATE EVENTS, WAARBIJ VAKMANSCHAP, PRESENTATIE EN DISCIPLINE CENTRAAL STAAN.

BIJ MR. COCKTAIL DRAAIT HET NIET ALLEEN OM WAT ER IN HET GLAS ZIT, MAAR OM DE ERVARING EROMHEEN — DE ENERGIE, DE SERVICE EN VEILIGHEID. WIJ TRAINEN ONZE BARTENDERS NIET ALLEEN IN TECHNIEK, MAAR OOK IN VERANTWOORD SCHENKEN EN HET HERKENNEN VAN GRENZEN.

ONS MOTTO IS:
“CELEBRATING LOVE, SUCCESS, AND HAPPINESS.”

MAAR ALTIJD MET RESPECT VOOR MENS, WETGEVING EN MAATSCHAPPELIJKE VERANTWOORDELIJKHEID.

1. ERVARINGEN EN OORZAKEN

GROEPS DRUK

- Jongeren drinken om niet “anders” te zijn.
- Veel jongeren drinken omdat hun vrienden dat ook doen.

NIEUWSGIERIGHEID EN EXPERIMENTEREN

- De puberteit is een fase waarin jongeren grenzen verkennen en nieuwe ervaringen willen opdoen. Alcohol kan daardoor aantrekkelijk lijken.

TE MAKKELIJK BESCHIKBAAR

Alcohol en cocktails kan soms makkelijk worden verkregen via oudere vrienden, familieleden of door onvoldoende leeftijdscontrole bij evenementen en op privé feestjes.

INVLOED VAN SOCIALE MEDIA EN CULTUUR

- Op sociale media, in muziek en films wordt alcohol vaak gepresenteerd als iets dat hoort bij plezier, vrijheid en volwassenheid.

1. TOEPASSING IN DE PRAKTIJK

LEEFTIJDSCONTROLE

EEN VAN DE BELANGRIJKSTE STAPPEN IN PREVENTIE IS HET VOORKOMEN DAT MINDERJARIGEN ALCOHOL KRIJGEN.

WAT WIJ DOEN:

- ALTIJD VRAGEN OM LEGITIMATIE BIJ TWIJFEL OVER LEEFTIJD.
- WERKEN MET POLSBANDJES OF STEMPELS BIJ EVENEMENTEN.
- BARTENDERS TRAINEN OM ALERT TE ZIJN OP HET DOORGEVEN VAN DRANK AAN MINDERJARIGEN.

BOODSCHAP:

VERANTWOORD SCHENKEN BEGINT BIJ WETEN VOOR WIE WE SCHENKEN.

SIGNALEN VAN OVERMATIG ALCOHOLGEBRUIK

BARTENDERS STAAN VAAK OP DE EERSTE LIJN EN KUNNEN SNEL ZIEN WANNEER IEMAND TE VEEL DRINKT.

WIJ KIJKEN NAAR SIGNALEN ZOALS:

- ONVAST LOPEN OF SPREKEN
- AGRESSIEF OF IMPULSIEF GEDRAG
- SNELLE OPEENVOLGING VAN DRANKJES

ACTIE:

- TIJDELIJK STOPPEN MET SCHENKEN.
- WATER OF ALCOHOLVRIJE DRANK AANBIEDEN.
- EVENTUEEL ORGANISATOR/GASTHEER INFORMEREN.

1. TOEPASSING IN DE PRAKTIJK

Samenwerking EN DUIDELIJKE AFSPRAKEN MET ORGANISATOR

PREVENTIE BEGINT AL VÓÓR HET EVENEMENT.

WIJ BESPREKEN VOORAF:

- LEEFTIJDSCONTROLE BELEID
- ALCOHOLSERVICE BELEID
- TIJDSTIP WAAROP ALCOHOLSERVICE STOPT
- BESCHIKBAARHEID VAN VOLDOENDE WATER

DOOR DUIDELIJKE AFSPRAKEN TE MAKEN KUNNEN WIJ BIJDRAGE LEVEREN AAN EEN VEILIGE EN VERANTWOORDELIJKE EVENEMENT OMGEVING.

Training en Bewustwording van PERSONEEL

PREVENTIE BEGINT BIJ ONS, MET GOED GETRAINDE BARTENDERS.

TRAINING IS GERICHT OP:

- VERANTWOORD SCHENKEN
- COMMUNICATIE MET GASTEN
- WETGEVING EN REGELS ROND ALCOHOL WAARBORGEN
- HOE PROFESSIONEEL "NEE" TE ZEGGEN

AFSLUITING

Niemand drinkt met de bedoeling om controle te verliezen.
Niemand zegt: "Vanavond ga ik mijn toekomst riskeren."
Dat gebeurt niet bewust. Het gebeurt langzaam.
Door groepsdruk. Door "één drankje extra".
Door niet weten waar je grens ligt.

Sterk zijn is niet degene zijn die het meeste kan drinken.
Sterk zijn is degene die zijn eigen keuzes maakt.
Sterk zijn is kunnen zeggen:
"Dit is genoeg voor mij."

Jullie zijn jong, en de toekomst van morgen.
Dat is geen kleine fase.
Dit is de periode waarin je, je naam.
Je reputatie, je discipline & je toekomst bouwt.
Wat je vandaag normaal maakt... wordt morgen je gewoonte.
En gewoontes bouwen levens of breken.

Dus als je iets meeneemt van vandaag laat het dit zijn:
Je waarde wordt niet bepaald door hoeveel je drinkt.
Je respect wordt niet verdiend door grenzen te overschrijden.
Echte kracht zit in zelfcontrole.
Echte volwassenheid zit in verantwoordelijkheid.

En geloof me...
De coolste persoon in deze ruimte
is niet degene met het glas in zijn hand
maar degene die zichzelf in de hand heeft.

Thank You

"GrenZEN KENNEN IS ECHTE VRIJHEID."

ND26. Dag 2. 6 maart 2026. Inleiding F. Ishaak.

STIVA SUR
STICHTING VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK SURINAME

Onderzoek naar de status en de perceptie over en bewustwording van (verantwoord) alcoholgebruik in drie districten van Suriname

Hoofdonderzoeker
Dr. F. Ishaak

Ondersteunende onderzoekers

J.Hira BSc
G.Hunte MSPH
D.Ramkhelawan MSc

Datum: 6 maart 2026

Doel:

- Inzicht in percepties, attitudes en gedrag
- Analyse van determinanten van alcoholgebruik
- Nulmeting (baseline) voor beleid & monitoring
- Onderbouwing voor evidence-based interventies

Mixed Method

Survey:
Frequentie- & Kruistabellen

χ^2 -toets & Cramér's V

Kwalitatief :
Interviews
Tekstuele analyses
Focusgroepen

Populatie

M 61.3%

V 38.4%

A 0.3%

Leeftijdsgroep

16-18 jr 14.6%

19-25 jr 23.2%

26-55 jr 44.1%

56-65jr 13.1%

66 +5.1%

Nickerie 28% Paramaribo 45% Wanica 27%

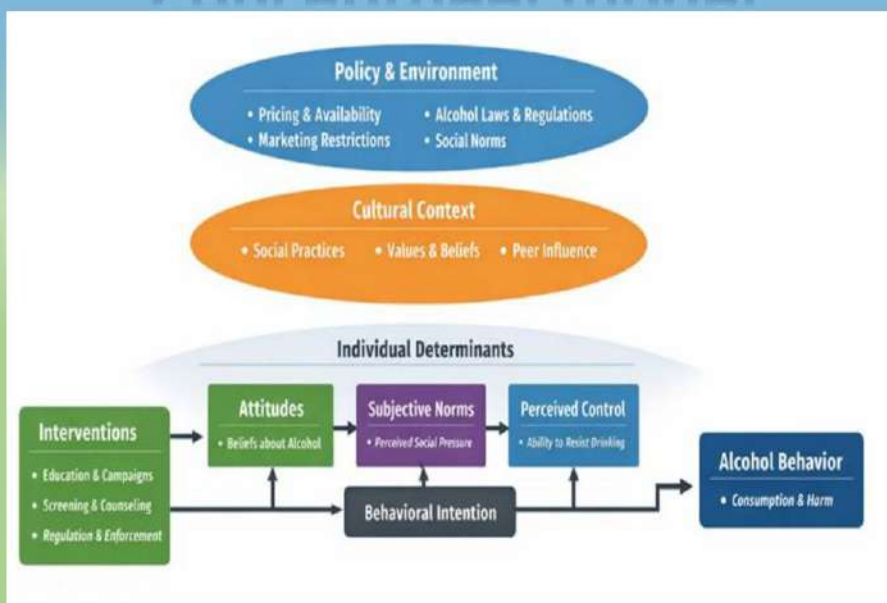
Literatuurstudie – Kernpunten

- Geen een eensluidende definitie van verantwoord alcoholgebruik
- WHO: verminderen alcoholgerelateerde schade staat centraal: SAFER Approach
- Verantwoord alcoholgebruik is niet alleen een individuele keuze, maar ook een maatschappelijke en beleidsmatige verantwoordelijkheid.
- Internationale evidence (WHO/PAHO – SAFER) toont aan dat structurele maatregelen effectiever zijn dan enkel bewustwordingscampagnes.
- Alcoholgedrag wordt vooral beïnvloed door attitudes, sociale normen en gedragscontrole en gedragsintentie (TPB-theorie), niet uitsluitend door kennis van risico's.
- Alcoholgebruik is veelal cultureel en sociaal genormaliseerd, wat risicoperceptie kan verzwakken.
- Combinatie populatiebrede en gerichte interventies hebben grootste impact
- Duurzame impact vraagt om een geïntegreerde /holistische aanpak waarin preventie, handhaving en zorg samenkomen.

Literatuurstudie

- World Health Organization. (2024). *Global alcohol action plan 2022–2030*.
- World Health Organization Regional Office for Europe. (2023). *No level of alcohol consumption*
- Pan American Health Organization. (n.d.). *SAFER – Alcohol control initiative*.
- STIVASUR. (n.d.). *Verantwoord alcohol serveren*
- Lewis, B., et al. (2018). Drinking patterns and adherence to low-risk drinking guidelines.
- McCambridge, J., Mialon, M., & Hawkins, B. (2018). Alcohol industry involvement in policymaking. *Addiction*.
- Johnson, M. B., et al. (2017). Unintended effects of risk information about alcohol.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*

Conceptueel model



Resultaten

Frequentie alcoholgebruik

	N	%
1 keer in de 30 dagen (1x per maand)	62	6.7
1-2x per week	150	16.3
1-3x in 30 dagen (1-3x per maand)	144	15.7
Ik drink slechts bij hoge uitzondering	260	28.3
Meer dan 3x per week of vaker	97	10.5
Nooit, ik drink geen alcohol	207	22.5

- Alcoholgebruik komt bij 38.2% van de respondenten 1-3 keer per week voor
- Een aanzienlijk deel drinkt **recreatief of sociaal** bij gelegenheden.
- Een kleinere groep rapporteert **frequent gebruik**.
- **Interpretatie:**
- Alcoholgebruik is voor veel respondenten deel van hun sociaal gedrag, een **klein deel** rapporteert **overmatig gebruik**
- **Beleidsimplicatie:** Preventie moet zich niet alleen richten op probleemdrinkers, maar ook op de groep van zg. sociale drinkers.

• Rijden onder invloed

	N	%
Ik rij altijd onder invloed	21	2.3
Ik rij soms onder invloed	297	32,3
Nee, ik rij niet onder invloed/ik laat me rijden	395	42.9
Niet van toepassing. Ik drink niet	207	22.5

- ❖ 32.4% → rijden soms onder invloed
- ❖ DUI → komt voor in meerdere leeftijdscategorie
- ❖ Respondenten herkennen risico's, maar gedrag wordt niet aangepast
 - ❖ Interpretatie
- ❖ Kloof tussen risicobewustzijn en feitelijk gedrag
 - ❖ Beleidsimplicatie
- ❖ Combineer zichtbare verkeershandhaving met normgerichte preventie gericht op het ontmoedigen van rijden onder invloed.

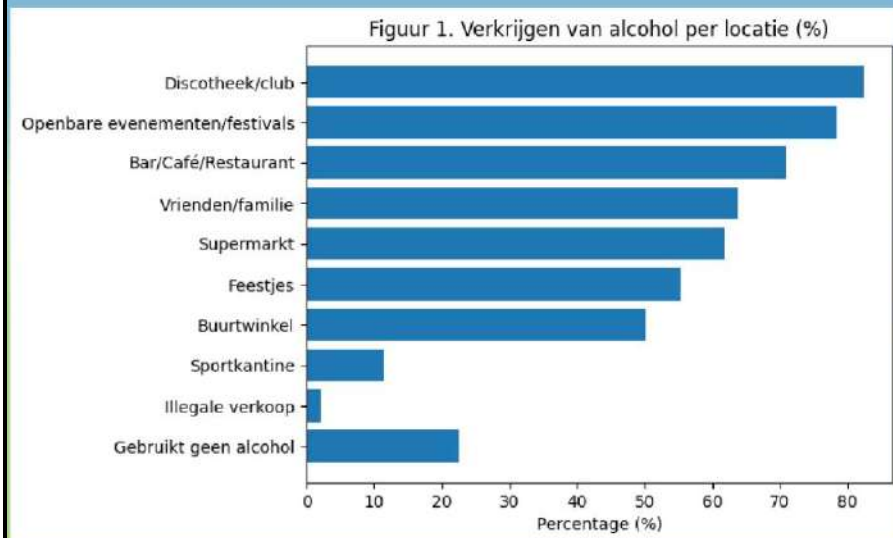
Resultaten

TPB Resultaten

TPB-construct	N	M	SD
Attitude t.o.v. alcoholgebruik	713	3.57	0.47
Subjectieve sociale norm	713	3.44	0.73
Waargenomen gedragscontrole	713	3.29	0.71
Intentie tot alcoholgebruik	713	3.20	0.85

- Resultaat sluit aan bij de Theory of Planned Behaviour: gedrag wordt bepaald door attitudes, sociale normen en ervaren gedragscontrole die intentie beïnvloeden
- Beleidsimplementatie : preventiebeleid moet zich niet uitsluitend inzetten op kennisoverdracht, maar ook nadruk leggen op beïnvloeden van sociale normen en attitudes rondom alcoholgebruik.

Locatie verkrijgen alcohol



- Alcohol is via verschillende kanalen **gemakkelijk verkrijgbaar** oa: (supermarkt, horeca, evenementen en sociale bijeenkomsten).
- Interpretatie : brede beschikbaarheid van alcohol.
- **Beleidsimplicatie** Preventie en regulering moeten zich richten op **meerdere contexten van alcoholverkoop en -gebruik**, inclusief horeca, retail en sociale evenementen

Resultaten

Voorlichting /info over verantwoord alcoholgebruik

Maatregel	Ja (belangrijk)
Educatie/bewustwording	776 (84.3%)
Beleidsmaatregelen	622 (67.6%)
Ondersteuning/behandeling	608 (66.1%)
Bundeling/samenwerking	452 (49.1%)

- Behoefte aan info over verantwoord alcoholgebruik via onder andere :
- Educatie en zorg
- beleid en bundeling (gezondheidsvoorlichting en publieke campagnes)
- **Beleidsimplicatie** : structurele en doelgroepgerichte voorlichting moet dus structureel en evidence based verstrekt worden via meerdere communicatiekanalen.

Resultaten

Statistisch significant samenhang tussen district en frequentie drankgebruik en rijden na gebruik van alcohol (DUI)

Statistisch significant samenhang tussen Leeftijd en frequentie drankgebruik en rijden na gebruik alcohol

Beleidsimplicatie

- Frequentie alcoholgebruik is context/locatie gebonden.
- Leeftijd beïnvloed gebruik van alcohol en DUI
- Preventie en handhaving lokaal en leeftijdsspecifiek afstemmen
- Districtsverschillen vereisen **gedifferentieerde aanpak**

Kwalitatief Onderzoek: thematische analyse



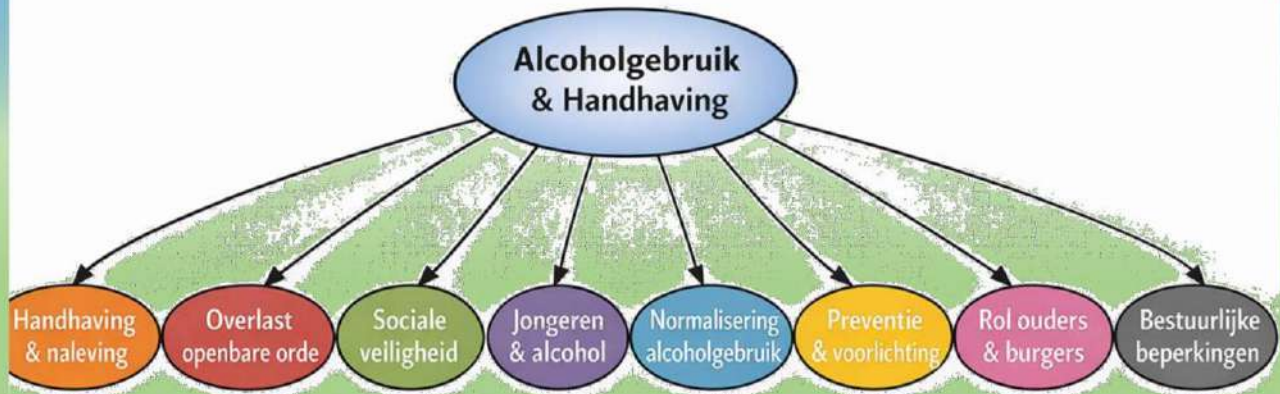
Thema's/ kernwoorden per sector



Thema's/ kernwoorden per sector



Thema's/ kernwoorden per sector



Conclusies

- ❖ Alcoholgebruik is voor groot deel respondenten recreatief zg. sociaalgebruik maar bij kleiner deel wel frequent gebruik
 - ❖ Alcohol kan makkelijk gehaald /aangeschaft worden (supermarket, bar, events ,feestjes.)
- ❖ Respondenten zijn zich veelal bewust dat alcoholgebruik gezondheids- en maatschappelijke risico's met zich meebrengt, echter kan er wel enige mate van risico-onderschatting vastgesteld worden.
 - ❖ Gedragswetenschappelijke modellen, met name de Theory of Planned Behavior (TPB) en het Integrated Behavioral Model, tonen aan dat alcoholgebruik niet primair wordt gestuurd door kennis, maar door attitudes, sociale normen en waargenomen gedragscontrole en daaruit voortvloeiende intentie.
- ❖ District en leeftijd blijken significant samen te hangen met zowel drinkfrequentie als rijgedrag na alcoholgebruik

Conclusies

- ❖ Kwalitatieve interviews bevestigen dat alcoholgebruik in veel sectoren wordt gezien als een genormaliseerd onderdeel van het sociale leven, met name bij feestdagen, evenementen en informele bijeenkomsten.
- ❖ Professionals /geïnterviewden zijn bezorgd over de impact van alcoholgebruik op verkeersveiligheid, gezinssituaties en kwetsbare groepen
- ❖ Verantwoord alcoholgebruik wordt niet alleen bepaald door individuele keuze, maar ook door sociale normen, cultuur en omgevingsfactoren.
- ❖ Alle stakeholders vinden rijden onder invloed (DUI) zorgelijk. De huidige aanpak van verkeerscontroles is inefficiënt en belastend . Boetegelden worden momenteel onvoldoende strategisch benut
- ❖ Er is behoefte aan een integraal en multidisciplinair alcoholbeleid, met samenwerking tussen alle relevante stakeholders.

Aanbevelingen

1. Van bewustwording naar normverandering

Aanbevolen wordt om bewustwordingscampagnes explicieter te richten op sociale normen en voorbeeldgedrag, en minder uitsluitend op individuele verantwoordelijkheid.

2. Versterk gedragscontrole door praktische interventies

Interventies moeten vaardigheden en handelingsalternatieven versterken.(omgaan met sociale druk, promotie van alcoholvrije opties, en samenwerking met horeca en evenementenorganisatoren rond verantwoord schenken en veilig vervoer).

3. Betrek meerdere stakeholders en versterk samenwerking gebruik gedifferentieerde aanpak en richt de preventie op meerdere sociale contexten (jongerenfocus)

4. Streef naar duurzame impact via structurele samenwerking tussen overheid, zorg, onderwijs, horeca, maatschappelijke organisaties en handhaving. STIVASUR kan hierin een regisserende rol vervullen

Aanbevelingen

5. Integratie van theorieën (Theory of Planned Behavior Integrated Behavioral Model en ecologische modellen) om preventie consistent, toetsbaar en beter te evalueren.

6. Betrek gedragswetenschappers structureel bij preventieontwikkeling en evaluatie van preventieprogramma's.

Brede populatiegerichte interventies moet afgewisseld worden met op specifieke doelgroepen gerichte interventies.

7. Hanteer een effectievere, zichtbaardere verkeersveiligheidsbeleid terzake alcoholgebruik. Stel een breed gedragen responsibility-strategie waarin verantwoordelijk schenken, snelle en effectieve signalering van intoxicatie en het ontmoedigen van rijden onder invloed als standaardpraktijk zijn verankerd en expliciet en uniform is vastgelegd.

Dank voor uw aandacht.



Stelling voor dialoog:

Duurzame impact ontstaat indien er gezamenlijk erkend wordt dat verantwoord alcoholgebruik geen individuele keuze alleen is, maar vraagt naar een gedeelde maatschappelijke verantwoordelijkheid gericht op samenhang, consistentie en structurele samenwerking.

ND26. Dag 2. 6 maart 2026. Inleiding Tatiana Ashruf.



The image shows the cover of a brochure for the National Dialogue 2026. The cover has a dark red background. On the left, there is a white box containing the following text: "Nationaal Dialoog 2026", "Verantwoord alcoholgebruik: van bewustzijn naar actie", "Alcoholbeleid & (mentale) gezondheid in Suriname", "Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid", and "Paramaribo, 06 maart 2026". On the right, there is a photograph of a glass of whiskey being poured from a bottle. The top left and right corners of the brochure cover feature logos: the Ministry of Health, Welfare and Labour on the left and the National Dialogue 2026 logo on the right.

Belang van de dialoog

Alcohol is onderdeel van onze sociale cultuur.

Maar het heeft ook gevolgen voor:

- gezondheid
- mentale welzijn
- gezinnen
- economie
- veiligheid

Daarom is alcoholgebruik ook een **publieke gezondheidsvraagstuk**.

Alcohol en gezondheid

Alcoholgebruik is een **belangrijke risicofactor** voor **NCD's**:

- kanker
- hart- en vaatziekten
- hypertensie
- diabetes

En draagt bij aan:

- verkeersongevallen
- huiselijk geweld
- productiviteitsverlies
- verslavingsproblematiek

Alcohol en mentale gezondheid

Alcohol beïnvloedt niet alleen het **lichaam**, maar ook het **brein**.

Het kan:

- stress tijdelijk verminderen
- emoties dempen
- sociale situaties makkelijker maken

Maar bij regelmatig gebruik kan het:

- angst en depressie versterken
- afhankelijkheid creëren
- sociale problemen vergroten

Waarom mensen drinken

Mensen beginnen vaak door:

- nieuwsgierigheid
- sociale druk of groepsdruk
- wat sociaal en cultureel als "normaal" wordt gezien

Maar blijven drinken door:

- stress en emotionele belasting
- het tijdelijke ontspanningseffect in de hersenen (beloningssysteem)
- gebrek aan copingmechanisme of zelfmedicatie

Daarom is alcoholmisbruik **niet alleen een individuele keuze**, maar ook een **omgevings- en gezondheidsvraagstuk** dat vraagt om **brede systeemoplossingen**.

Alcoholgebruik in Suriname

- ± **40% van jongeren (13-17 jaar)** dronk alcohol in de laatste 30 dagen
- **Vroege start: ± 70% begon vóór 14 jaar**
- **Mannen drinken aanzienlijk meer dan vrouwen**
- Gemiddelde consumptie: ± **6.6 liter pure alcohol per persoon (15+) per jaar**
- **Sterke drank (spirits) vormt het grootste aandeel van consumptie**

Bron: WHO Global Status Report on Alcohol, 2014 / GSHS Suriname 2016

De rol van de Omgeving

Gedrag wordt sterk beïnvloed door:

- beschikbaarheid
- betaalbaarheid (prijs)
- marketing
- sociale normen

Internationaal onderzoek laat zien dat **beleid en omgeving gedrag sterk kunnen beïnvloeden.**

Alcohol in het Brein

- ↑ Ontspanning, ↓ concentratie & controle
- Korte termijn: minder stress
- Lange termijn:
overgevoelig stresssysteem → angst/depressie
- Vicious circle: zelfmedicatie

Kwetsbare groepen

- **Jongeren:** breinontwikkeling, verslavingsrisico
- **Vrouwen:** sterker effect, gerichte marketing
- **Mannen:** sociale druk, beperkte emotionele ruimte

Nodig = Vangnet:

- screening
- preventie
- gender-sensitieve zorg
- stress-ondersteuning

Alcoholbeleid in Suriname

Suriname beschikt al over:

- wettelijke regulering sinds 1981, incl. aanpassingen door de jaren heen
- accijnzen op alcoholhoudende dranken
- BTW en importheffingen
- fiscale instrumenten voor regulering van alcoholproducten

Daarnaast werd in **2020 het Nationaal Alcoholbeleid herzien in conceptvorm.**

De volgende stap is:

- actualiseren
- finaliseren
- implementeren

Wat werkt volgens internationaal bewijs

Volgens internationale richtlijnen van de **WHO en PAHO** zijn de volgende maatregelen effectief:

- **prijs- en accijnsbeleid** op alcoholhoudende dranken
- **regulering van alcoholmarketing**, vooral richting jongeren
- **beperking van beschikbaarheid** (verkooplocaties en tijden)
- **alcoholvrije publieke omgevingen**
- **screening en korte interventies in de eerstelijnszorg**

Deze maatregelen maken deel uit van het **WHO SAFER-pakket**, een internationaal aanbevolen strategie om alcoholgerelateerde gezondheidsschade te verminderen.

Alcoholbeleid als onderdeel van een bredere aanpak

Alcoholbeleid draagt bij aan:

- **preventie van NCD's**
- **bevordering van mentale gezondheid**
- **veiligere gemeenschappen** (o.a. minder geweld en verkeersongevallen)
- **bescherming van gezinnen en jongeren**
- **vermindering van maatschappelijke en economische schade**

Daarom vraagt alcoholbeleid om **samenwerking tussen overheid, gezondheidssector, onderwijs, gemeenschappen en het bedrijfsleven**.

Samenwerking is essentieel

Effectieve preventie vraagt samenwerking tussen:

- **overheid**
- **gezondheidssector**
- **onderwijs**
- **maatschappelijke organisaties**
- **bedrijfsleven**

👉 Niet tegenover elkaar, **maar samen verantwoordelijk voor een gezondere samenleving.**

Slotboodschap

Deze nationale dialoog is een belangrijke stap. Van:

- **bewustwording**
- **naar beleid**
- **naar uitvoering.**

Samen kunnen wij werken aan een **gezonder en veerkrachtiger Suriname.**



Dankuwel voor uw aandacht

ND26. Dag 2. 6 maart 2026. Inleiding Suraksha Hirasingh.



10 jaar STIVASUR - Reflectie en Actie

Tien jaar inzet voor verantwoord alcoholgebruik

- Moment van waardering én reflectie
- Van dialoog naar concrete uitvoerbare acties

Alcoholbeleid als Economisch en Maatschappelijk Vraagstuk

Economische ordening en marktregulering

- Consumentenbescherming
- Handhaving en toezicht
- Balans tussen economische activiteit en maatschappelijke veiligheid

Impact van Illegale Productie en Handel

Onttrekking aan kwaliteitscontroles

- Ontduiking van belastingen en accijnzen
- Oneerlijk speelveld voor bonafide ondernemers
- Risico's voor consument en volksgezondheid

Rol van EZOTI en de Economische Controle Dienst

- Toezicht op handels- en industriële activiteiten
 - Controle op vergunningen en naleving wetgeving
 - Opsporing en inbeslagname illegale alcohol
 - Samenwerking met politie en justitie

Structurele Uitdagingen

Illegale verkoop als structureel aandachtspunt

- Parallele markt buiten regulering
- Beperkte controlecapaciteit
- Onvoldoende gegevensuitwisseling tussen instanties

Belang van Transparantie en Datagedreven Beleid

Transparant afhandelingsproces na inbeslagname

- Versterking vertrouwen in toezicht en rechtsstaat
- Data en trends inzetten voor beleidsverbetering

Preventie en Samenwerking

Bewustwording en educatie

- Geïntegreerde samenwerking overheid, bedrijfsleven en NGO's
- Gezamenlijke verantwoordelijkheid voor gezonde markt

Voorgestelde Concrete Acties

Geïntegreerde controleacties (ECD + Accijnscontrole)

- Nationale bewustwordingscampagne (jongeren & ondernemers)
- Structurele training en voorlichting aan ondernemers

Strategische Vragen voor de Dialoog

Hoe effectief aanpakken zonder uitsluitend repressief te werken?

- Hoe structurele samenwerking verbeteren?
- Wie vervult de regierol?
- Is een nationaal overlegplatform wenselijk?

Slotboodschap

Economische groei en sociale verantwoordelijkheid gaan hand in hand

- Bescherming van consumenten en eerlijke markt
- Bereidheid tot actieve bijdrage aan geïntegreerde aanpak

Annex III – Deelnemerslijsten

Organisatie	DAG 1	DAG 2
STIVASUR Bestuur, voorzitter	x	x
STIVASUR Bestuur, Secretaris	x	x
STIVASUR Bestuur, Penningmeester	x	x
STIVASUR Bestuur, Lid	x	x
STIVASUR Deelnemer Fernandes Verkoopmaatschappij N.V.	x	x
STIVASUR Deelnemer Surinaamse Brouwerij N.V.	x	x
STIVASUR Gedragscode Evaluatie Commissie	x	x
STIVASUR Coördinator	x	x
Dagvoorzitter	x	x
Inleider, Onderzoeker	x	x
Inleider, Surinaamse Brouwerij N.V.	x	x
Inleider, Mixologist	x	
Inleider, min Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid	x	x
Inleider, min Economische Zaken, Ondernemerschap en Technologische Innovatie	x	x
Panellid, Verkeersveiligheidsinstituut, min. Justitie en Politie	x	x
Panellid JCI	x	
Panellid Rotaract	x	
Ministerie Economische Zaken, Ondernemerschap en Technologische Innovatie	x	x
Ministerie Justitie en Politie, Verkeersveiligheidsinstituut	x	x
Ministerie Justitie en Politie		x
KPS, namens Hoofd Verkeershandhaving		x
KPA, namens Korpshef Alfaisie		x
Ministerie Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid, NCD/BOG	x	x
Ministerie Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid, BOG	x	
Ministerie Volksgezondheid, Welzijn en Arbeid, SAO	x	x
Ministerie van Binnenlandse zaken	x	
Ministerie van Binnenlandse Zaken	x	x
Districtscommissariaat Saramacca		x
JCI Female/RACP	x	

Organisatie	DAG 1	DAG 2
Caricom Youth Ambassadors Programme	x	
Rotaract Club of Paramaribo	x	
Rotaract Club of Paramaribo/ Cam Customs Broker & Transport N.V.	x	
Jeugdraad Suriname (voorzitter)	x	
Jeugdraad Suriname	x	
Jeugdraad Suriname	x	
Vereniging Surinaams Bedrijfsleven	x	
Vereniging Surinaams Bedrijfsleven (VSB)		x
Fernandes Bottling Company	x	x
Fernandes Bottling Company	x	x
Fernandes Verkoopmaatschappij N.V.	x	x
Fernandes Commerce N.V.		x
Choi's Supermarkt		x
Stichting Projekta		x
RK Bisdom Paramaribo	x	x
Kingdom	x	x
Kingdom		x
Stichting Liefdevolle Handen	x	x
Psychiatrisch Centrum Suriname		x
Stichting De Stem		x
Uitvoerend Bureau van de Nationale Anti Drugs Raad		x
Nationale Anti-drugs Raad (NAR)		x
Dynasty Research & Professional Development	x	
9 CIW DEVELOPMENT	x	
Polytechnic College Suriname (PTC)	x	x
EFS College COVAB	x	x
Anton de Kom Universiteit van Suriname	x	
Anton de Kom Universiteit van Suriname, Public Administration	x	
Anton de Kom Universiteit van Suriname	x	
UNASAT		x
Medisch Wetenschappelijk Instituut		x
Faculteit der Juridische wetenschappen		x
Stichting RUMAS/ SDG Youth Officer	x	

Organisatie	DAG 1	DAG 2
Stichting RUMAS	x	
Onderzoeker	x	x
Geen		x
Marketing adviseur	x	
Fotograaf	x	x
Techniek	x	x
Verslaglegging	x	x
Organice	x	x
Organice	x	x
Organice	x	x
Organice	x	x
Organice	x	x
Trishul TV & Radio	x	x
Rasonic	x	
STVS	x	x
ABC	x	x
De West	x	
ATV	x	
Dagblad Suriname	x	
Sunweb TV	x	
Radio 10/Keynews		x

Annex IV – Persuitingen

- **Times of Suriname** <https://www.surinametimes.com/artikel/nationaal-dialogo-verantwoord-alcoholgebruik-2026-brede-steun-voor-integrale-aanpak>
- **ABC televisie Suriname** <https://m.youtube.com/watch?v=Mqsf-vk053Y>
- **GFC nieuws** <https://www.gfcnieuws.com/nationale-dialogo-over-alcoholgebruik-zet-jongeren-centraal/>
- **SR nieuws** <https://www.srnieuws.com/stivasur-doet-onderzoek-naar-alcoholgebruik-onder-jongeren>
- **Sun nieuws** <https://www.facebook.com/share/1PpLB99z01/?mibextid=wwXlfr>
- **Trishul Broadcasting** <https://m.youtube.com/watch?v=1Cy5kYtg5Xw>
- **ATV nieuws** <https://we.tl/t-EsUewk7s1f>
- **Dagblad de West** https://dagbladdewest.com/2026/03/09/stivasur-pleit-voor-gezamenlijke-aanpak-alcoholgebruik-in-suriname/?fbclid=IwdGRjcAQczPZleHRuA2F1bQlxMQBzcnRjBmFwcF9pZAwzNTA20DU1MzE3MjgAAR6Cd0dubINTnxvKgJB9_Mf8K01Lemr3u53kvqfgpev9QWtaP3tsFctW_xP4iw_aem_RI3Jmz4eyib4pFTMIEfy4g
- **LinkedIn VSB** [Bedrijfsleven en overheid bespreken verantwoord alcoholgebruik tijdens Nationaal Dialoog 2026 - Vereniging Surinaams Bedrijfsleven](#)
- **LinkedIn STIVA (NL)** https://www.linkedin.com/posts/stichting-verantwoorde-alcoholconsumptie_terugblik-op-de-eerste-editie-van-ons-nationaal-activity-7438169229939609600-EhEN?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAEZyBS0B7JC0fZt5i6m4jK96kJ9XI5lvw6M
- **SR Herald** [Nieuwe cijfers baren zorgen: alcoholgebruik onder Surinaamse jongeren stijgt](#)
- **STVS** [Nationaal dialoog over verantwoord alcoholgebruik pleit voor integrale aanpak - STVS](#)
- **STVS** [Alcohol awareness central to two-day stivasur meeting](#)
- **STVS MManten Taki** <https://fb.watch/G80csE75kh/> (vanaf 36 minuten).

CONTACTGEGEVENS

Stichting Verantwoord Alcoholgebruik Suriname

Contactpersoon: Diana R. Halfhide

Telefoon: +597 870 7501

E-mail: info@stivasur.com

Website: www.stivasur.com

Follow us on social media:   