

Alkoholforebyggelse og unge

Forår 2022

Indholdsfortegnelse

Baggrund for anbefalinger.....	2
1. 18-årsgrænsen for køb og salg af alkohol.....	2
2. Mindstepriser på alkohol.....	3
3. Håndhævelse af aldersgrænserne – Mystery Shopping	3
4. Strammere lovgivning for markedsføring af alkohol	5
5. SSF-undervisning, forældre og SSP-samarbejdet i Folkeskolen	7
6. Alkoholforebyggelse på ungdomsuddannelserne	8
7. Alkoholpolitikker i foreningslivet	9
Kilder	10

Baggrund for anbefalinger

Alkohol & Samfund har udarbejdet en række anbefalinger og tiltag, der kan bidrage til arbejdet med alkoholforebyggelse blandt unge. Alkohol & Samfunds forslag har baggrund i faglig viden og evidens.

Tilgængelighed er en af de forebyggende knapper, vi kan skrue på for at begrænse danske unges alkoholindtag. I en undersøgelse fra WHO, scorer Danmark kun 6 ud af mulige 100 point på tilgængeligheden af alkohol (WHO, 2017). Scoren er lavet på en vurdering af forebyggende tiltag, herunder aldersgrænser, kontrol med detailhandlen, salgsrestriktioner på tid, sted og ved events, samt alkoholfrie miljøer (WHO, 2017). Ud af 30 medlemslande er Danmark rangeret tredjesidst, vi har altså en høj tilgængelighed af alkohol i Danmark. Høj tilgængelighed betyder let adgang til alkohol, hvilket øger de unges alkoholforbrug. I 2010 udgav WHO en global strategi for at reducere alkoholrelateret skader (WHO, 2010). Udover tilgængelighed, som aldersgrænser, er *regulering af priser* og *begrænsning af markedsføring af alkohol* effektive redskaber til at reducere alkoholforbruget især blandt unge (WHO, 2010). I 2022 er overstående forsat konkrete anbefalinger fra WHO's SAFER initiativ, der arbejder med at opnå SDG's mål 3.5 om forebyggelse og behandling af rusmiddelmisbrug (WHO, 2022).

Vidensråd for Forebyggelse udgav i 2019 en rapport om unges alkoholkultur. I denne rapport sammenfatter forfatterne, at forskningen viser, at høje aldersgrænser for salg af alkohol, der håndhæves, samt lande med høje priser, har færre børn og unge, der drikker alkohol (Tolstrup et al., 2019). Desuden konkluderes det, at der er moderat dokumentation for at begrænsning af alkoholsalg, skærpede regler for markedsføring, skolebaserede forebyggelsesprogrammer og ung-til-ung indsatser kan mindske unges alkoholforbrug (Tolstrup et al., 2019).

For at begrænse de danske unges alkoholforbrug er det sikkert, at vi må sætte ind flere steder både lokalt og nationalt.

I dette notat præsenterer Alkohol & Samfund en række anbefalinger, der kan være bidragende til at reducere de unges alkoholforbrug i Danmark.

1. 18-årsgrænsen for køb og salg af alkohol

18-årsgrænsen er det første og vigtigste tiltag til at skyde debutalderen for alkohol og gøre op med de unges alkoholkultur. Danske unge drikker sig fulde i en ekstrem grad, som vi ikke ser andre steder i Europa. Danmark er samtidig ét af de eneste lande i Europa, som tillader, at mindreårige kan købe alkohol. Kun seks lande i Europa har en aldersgrænse for køb af alkohol på 16 år. Størstedelen af de europæiske lande har en aldersgrænse på 18 år for køb af øl og spiritus.

Aldersgrænser virker

Halvt så mange 15-årige lykkedes med at købe alkohol, efter aldersgrænsen i Danmark blev hævet fra 15 til 16 år i 2004 (SIF, 2006). Tilsvarende erfaringer ses i Holland, hvor en forhøjelse af aldersgrænsen fra 16 til 18 år i 2014 gav en kraftig stigning i antallet af butikker, som overholdt reglerne (Schelleman-Offermans et al., 2017).

Alkohol & Samfund anbefaler en 18-årsgrænse for køb og salg af al alkohol.

2. Mindstepriser på alkohol

Der er evidens for, at jo billigere alkohol er, jo højere forbrug vil der være i en given befolkning (WHO, 2010). Øget priser på alkohol kan reducere forbrug og alkoholrelaterede skader. Priserne har især en effekt på de, der drikker for meget, heriblandt unge (WHO, 2010).

Erfaringer fra Skotland

Skotland indførte mindstepriser på alkohol i maj 2018, med det formål at reducere forbruget af alkohol, især blandt de i befolkningen med et skadeligt alkoholforbrug, og dermed reducere alkoholrelateret skader. I Skotland indførte de en mindstepris på 50 pence per enhed af alkohol. På den måde rammer mindsteprisen især den billigste og stærkeste spiritus på markedet, der typisk bliver købt af mennesker med et højt og skadeligt alkoholforbrug. Omregner man den skotske prismodel til danske kroner, vil danske minimumspriserne se således ud:

- En øl/breezer (4,6 %) = 1 genstand: 6,50 kr.
- En flaske vin (13-15%): 42,25 - 48,75 kr.
- En flaske spiritus (40%): 121 kr.

På basis af højere indkomstniveau i Danmark end i Skotland peger Alkohol & Samfund på en **minimumspris pr. genstand på 8-10 kr.**

I juni 2019, udgav NHS i Skotland en rapport på salget af alkohol i 2018 (Giles & Robinson, 2019). Tallene i rapporten inkluderer derfor de 4 måneder, før mindsteprisen blev indført samt de 8 måneder, hvor mindstepris på alkohol var implementeret. Resultaterne viste, at der i 2018 blev solgt 9.9 L ren alkohol i sammenligning med 10.2 L året før, dvs. et fald i salget på 3%. Det er det laveste salg af alkohol solgt pr. voksen i Skotland i 25 år.

En evaluering af grænsesalget i nordøst og nordvest England et år efter indførelsen af mindstepriser i Skotland viste ikke tegn på øget grænsesalg af alkohol (Giles, Robinson & Beetson, 2019).

Alkohol & Samfund anbefaler mindstepriser på alkohol med en pris pr. genstand på 8-10 kr.

3. Håndhævelse af aldersgrænserne – Mystery Shopping

Erfaringer fra Norge og Schweiz

I Norge er det ikke tilladt at sælge alkohol til børn under 18 år, og det er kommunernes ansvar at holde øje med at butikkerne overholder lovgivningen. Skjenkekontroll er en politisk kampagne, som den norske ungdomsorganisation Juvente har gennemført med frivillige unge siden 2007 (Juvente, 2019). Formålet med kampagnen er at afdække salg af alkohol til mindreårige i butikker og *vinmonopol* samt sætte fokus på ID-kulturen i Norge.

Kontrollerne foregår ved, at en mindreårig, mellem 13 og 16 år, går ind i en butik, vælger en alkoholholdig drik samt en anden ordinær dagligvare, og forsøger at betale for det i kassen. Vinmonopolet er også blevet kontrolleret af 17-årige, der har forsøgt at købe varer med en 20-års aldersgrænse. Juventes kontrollører forsøger ikke at fremstå ældre end de egentlig er (Juvente, 2019).

I 2019 gennemførte mystery shoppere 1.393 kontroller fordelt på omkring 934 norske dagligvarebutikker og afdelinger af Vinmonopolet. I 18,5% af besøgene gik en mindreårig kontrollør ud af butikkerne med alkohol i indkøbsposen. I takt med Juventes vedvarende kontrol gennem flere år, er salget af alkohol til mindreårige faldet fra 40% i 2007 til 18,5% i 2019 (Juvente, 2019).

Samme tendens ses i andre lande, der har gennemført lignende kontrol. Eksempelvis har Schweiz foretaget mystery shopping over en længere periode. Schweiz oplevede, ligesom Norge, en nedadgående kurve i forhold til salg af alkohol til mindreårige, i takt med en gradvis stigning i antallet af ID-kontroller. Da de første mystery shoppere forsøgte at købe alkohol i 2001, blev de kun spurgt om ID i 44,3 % af købsforsøgene (European Commission, 2012). I 2019 blev der solgt alkohol i 20,3% af 6534 testkøb og i 81,7% tilfælde blev der spurgt om ID (Sucht Schweiz, 2020). Myndighederne i Schweiz har udviklet en Mystery Shopping-guide, der skal gøre kontrollerne og dataindsamlingen ensartet og sikre, at fremgangsmåden er lovlig og etisk korrekt. Købene bliver foretaget af forskellige aktører efter disse anvisninger (Sucht Schweiz, 2020).

Alkohol & Samfunds Mystery shopping

Alkohol & Samfund har siden 2017 udført kontroller af kiosker, detailhandel og tankstationer. I 2020 lykkedes det unge mellem 13 og 17 år, at købe alkohol i 75% af tilfældene (Alkohol & Samfund, 2021). Tabel 1 viser, en oversigt over indkøbsforsøg, der er gennemført i procent samlet i perioden 2017 til 2020. Ved test af 16-årsgrænsen kunne de unge købe i 79% af tilfældene i 2020, mens de unge, der testede 18-årsgrænsen kunne købe alkohol i 65% af tilfældene. Figur 1 viser, at mystery shopperne kunne købe alkohol på tværs af butikstyper, men at købsraten var særligt høj for kiosker.

Tabel 1: Udvikling i ulovligt salg af alkohol fra 2017 til 2020 fordelt på test af 16- og 18-årsgrænsen for salg af alkohol. Købsraten er andelen af gennemførte købsforsøg ud af totale antal købsforsøg i butikker.

	2017	2018	2019	2020	Total
Total købsrate % (Antal gennemførte købsforsøg / Totale antal købsforsøg)	70% (93/132)	74% (164 / 222)	49% (152 / 309)	75% (82 / 110)	64 % (491/773)
Købsrate ved test af 16-årsgrænsen dvs. salg af alkohol med <16,5%	62 % (64/103)	72% (118 / 164)	66% (140 / 211)	79% (58 / 73)	69 % (380/551)
Købsrate ved test af 18-årsgrænsen dvs. salg af alkohol med >16,5%	100 % (29/29)	79% (46 / 58)	12% (12 / 98)	65% (24 / 37)	50 % (111/222)

Figur 1: Købsrate 2020 fordelt på type af butik



Den seneste undersøgelse fra ESPAD viser, at 70% af de 15-16-årige selv vurderer, at de let eller meget let kan få fat i spiritus, hvis de var interesseret (SDU, 2020). I en kvalitativ undersøgelse fandt Alkohol & Samfund, at kassemedarbejdere i supermarkeder mener, at det er nemmere at gennemføre ID-kontrol med en ensartet aldersgrænse (Alkohol & Samfund, 2019b).

Sikkerhedsstyrelsens kontrol af salg af alkohol

Alkohol & Samfund tester aktivt om butikkerne håndhæver loven om salg af alkohol. Modsat har Sikkerhedsstyrelsen ikke hjemmel til dette. Det betyder, at Styrelsen observerer i 20 min i hver butik, typisk i arbejds- og skoletiden. Her er sandsynligheden for at observere unge, der køber alkohol lille. Derudover oplever de ved en kontrol, at de unge sjældent har lyst til at oplyse Sikkerhedsstyrelsen deres alder. Derfor kan Styrelsen ikke fastslå de unges alder. Ud af de 550 alderskontroller Sikkerhedsstyrelsen foretog i 2020, observerede Styrelsen kun to tilfælde af ulovligt salg af alkohol til mindreårige (indhentet fra Sikkerhedsstyrelsen). Sikkerhedsstyrelsen bør få hjemmel til at udføre mystery shopping for at skabe en effektiv kontrol, der giver et retvisende billede af håndhævelse af loven.

Alkohol & Samfund anbefaler øget kontrol af salg af alkohol – uagtet hævelse af aldersgrænse. Desuden anbefaler vi, at Sikkerhedsstyrelsen får hjemmel til udførelsen af Mystery shopping.

4. Strammere lovgivning for markedsføring af alkohol

Forskning viser, at markedsføring af alkohol især påvirker unges alkoholforbrug. Det vil sige, at unge, der er eksponeret for alkoholmarkedsføring, drikker mere end unge, der ikke er blevet eksponeret (WHO, 2020).

I Danmark har vi en liberal markedsføringslovgivning, sammenlignet med andre lande i Europa. Markedsføringsloven §11, stk. 2 siger at "Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol" (Retsinformation.dk). Lovgivningen begrænser dermed ikke eller kun i meget ringe grad hvor, hvornår eller hvordan der markedsføres for alkohol.

De seneste år er markedsføring rykket fra de traditionelle mediekkanaler (tv, radio, aviser) og ud på sociale medier som fx Facebook, Instagram, Youtube, TikTok og Snapchat, og bliver her blandt andet varetaget af influencers. Dette er problematisk, da især mange unge anvender disse platforme. Undersøgelser viser, at unge i højere grad påvirkes af influencers på sociale medier, da de unge knytter særlige bånd og ser influenceren som en ven eller bekendt, da man kommer helt tæt på influencerens hverdagsliv (WHO, 2020).

Markedsføring i de nordiske lande

I andre lande har de en mere restriktiv markedsføringslovgivning. I Norge og Island har de indført totalt forbud mod at markedsføre for alkohol over for forbrugere på alle platforme. Finland var et af de første lande til at forbyde reklamer for alkohol på de sociale medier. I Sverige har de forbud mod markedsføring til børn og unge under 25 år. Markedsføring af alkohol må ikke forekomme ved begivenheder, som for eksempel festivaler, hvis ikke mindst 70 procent af de besøgende er over 25 år. Dette gælder også ved markedsføring på hjemmesider. Derudover må der ikke reklameres med alkohol, der har en alkoholprocent over 15 procent. Tabel 2 viser en oversigt over de nordiske landes regulering af alkoholmarkedsføring.

Tabel 2: Nordiske landes regulering af alkoholmarkedsføring

Land/ Platform	Nationalt TV	Printet medier	Biografer	Internet	Sociale medier
Danmark	Restriktioner	Selvregulering	Selvregulering	Restriktioner	Selvregulering
Sverige	Forbud	Restriktioner	Restriktioner	Restriktioner	Restriktioner
		Forbud for spiritus	Forbud for spiritus	Forbud for spiritus	Forbud for spiritus
Norge	Forbud	Forbud	Forbud	Forbud	Forbud
Finland	Restriktioner for alkohol under 5,5%	Restriktioner for Alkohol under 5,5%	Restriktioner for alkohol under 5,5%	Restriktioner for alkohol under 5,5%	Restriktioner for alkohol under 5,5%
	Forbud for spiritus	Forbud for spiritus	Forbud for spiritus	Forbud for spiritus	Forbud for spiritus
Island	Forbud	Forbud	Forbud	Forbud	Forbud

Anmeldelser af ulovlig markedsføring

Alkohol & Samfund har siden 2017 overvåget Facebook, og dette har ført til politianmeldelser og bøder til diskoteker, som markedsførte alkohol til unge under 18 år. Tabel 3 viser, en oversigt over indsendte klager siden 2017. I alt er der blevet sendt 96 klager om markedsføring til henholdsvis Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet.

Tabel 3: Oversigt over antal klager indsendt af Alkohol & Samfund fra 2017 til 2020

Anmeldt til	2017	2018	2019	2020	I alt
Forbrugerombudsmanden	13	9	6	27	55
Alkoholreklamenævnet	1	4 ^a	14	22 ^b	41 ^c
Klager i alt	14	13	20	49	96
^a De 4 sager er oversendt fra Forbrugerombudsmanden i 2017 og 2018 ^b Heraf indgår 11 sager oversendt fra Forbrugerombudsmanden ^c Seks klager er endnu ikke behandlet hos Alkoholreklamenævnet					

Der er lang behandlingstid hos Forbrugerombudsmanden, og når sagerne er alvorlige og anmeldes til politiet, går der op til flere år, før der kommer afgørelse i sagen. I 2020 er der udstedt bøder på i alt 447.000 kr. fordelt på 11 diskoteker og et eventbureau grundet ulovlig markedsføring af alkohol, der er foregået helt tilbage fra 2017. Alkoholreklamenævnet kun taget tre sager af egen drift siden 2017.¹ Nævnet gør altså ikke en aktiv indsats for at overvåge eller begrænse ulovlig markedsføring. Alkohol & Samfund vurderer derfor, at der er mangel på en effektiv instans, der systematisk og rutinemæssigt overvåger for markedsføring af alkohol.

Alkohol & Samfund anbefaler derfor, at der bliver indført mere restriktive regler for markedsføring af alkohol. Samt øget opmærksomhed over for problematisk markedsføring af alkohol, som direkte eller indirekte henvender sig til børn og unge. Der bør derfor ikke markedsføres for alkohol på sociale medier eller andre platforme hvor børn og unge under 18 år befinder sig. Desuden bør der være bedre kontrol med den nuværende markedsføring.

5. SSF-undervisning, forældre og SSP-samarbejdet i Folkeskolen

En tredjedel af folkeskoleeleverne får, ifølge dem selv, for lidt viden i Folkeskolen om alkohol. I en evaluering af Sundheds- og seksualundervisning og familiekundskab (SSF) angiver 33% af eleverne, at de har lært for lidt eller alt for lidt om emnerne Alkohol, rygning og stoffer (ALS Research, 2019).

I Alkohol & Samfunds egen undersøgelse foretaget af Epinion i 2018 (ikke offentliggjort) angiver 40% af lærerne, at det er svært eller meget svært at finde tid til at undervise i emnet, det gælder for 19% af SSP-medarbejderne.

58% af lærerne angiver i samme Epinion-undersøgelse, at kommunens SSP-medarbejder inddrages i undervisningen på skolen og underviser elever/forældre. 73% af lærerne angiver, at undervisningen om alkohol foregår i andre fag end SSF-undervisningen. Størstedelen af SSP-medarbejdere angiver, at undervisningen foregår i skolen eller ved aftenarrangementer på skolen med forældre, børn osv.

Der er moderat dokumentation for, at skolebaserede forebyggelsesprogrammer målrettet alkohol kan mindske unge alkoholforbrug (Tolstrup et al., 2019).

¹ Tal opgjort ud fra Alkoholreklamenævnets årsberetninger fra 2017-2020.

Alkohol & Samfund anbefaler derfor, at folkeskoler kraftigt øger elevernes viden om alkohol ved at anvende SSP-medarbejderne, da de kan aflaste lærerne i undervisningen. Samtidig skal SSP-medarbejderne være klædt fagligt på til at kunne tale om emner som alkohol på en måde, der udskyder alkoholdebuten. I undervisningen om alkohol skal der fokuseres på forældreoplysning og nedsætte drikkepresset blandt de unge. Forældreinddragelse er vigtigt for at udskyde debutalder. Erfaringer fra Island viser blandt andet, at arbejdet med at forældre i højere grad kender deres børns venners forældre og har god dialog, samt at forældrene ved, hvad deres barn laver om aftenen kan bidrage til at nedbringe de unges alkoholforbrug (Sigfúsdóttir et al., 2008).

6. Alkoholforebyggelse på ungdomsuddannelserne

Danske unges alkoholforbrug bliver for alvor sat i gang, når de unge starter på ungdomsuddannelsen (Tolstrup et al., 2019). De unge selv giver udtryk for, at alkoholforbruget har taget overhånd. Halvdelen af 15-25-årige mener, at danske unges alkoholforbrug er for højt (Christensen et al., 2018). Hver fjerde (24 %) af 15 til 25-årige, der går på en ungdomsuddannelse, synes, at alkohol fylder alt for meget på skolen (Christensen et al., 2018).

Derudover har 42 % af unge oplevet at blive presset af deres venner til at drikke mere alkohol, end de havde lyst til (Christensen et al., 2018). Derudover mener halvdelen af de unge, at de, der ikke drikker alkohol, ofte er lidt udenfor til fester (Christensen et al., 2018). Disse tal vidner om et enormt drikkepres på de unge. Derfor spiller ungdomsuddannelserne en vigtig rolle for at gøre op med dette pres.

Danske Gymnasier har tidligere i år startet debatten om alkoholfri gymnasier, men inden vi når derhen, er der behov for gode alkoholpolitikker på gymnasierne. Alkoholpolitikkerne skal have fokus på at nedbringe forbruget blandt eleverne og styrke dialogen med forældre omkring før og efterfester. Forældrene skal være med til at sætte rammerne for elevernes alkoholindtag uden for gymnasierne.

En undersøgelse af Alkohol & Samfund fra 2019 viste, at samarbejde mellem gymnasier i et alkoholkodeks havde en positiv effekt på at nedbringe alkoholforbruget på halvdelen af gymnasierne. 33 STX-gymnasier landet over er omfattet af såkaldte fælleskodeks for alkohol, hvor flere gymnasier i et område er gået sammen om at indføre fælles regler og retningslinjer for alkohol i sociale sammenhænge på skolerne (Alkohol & Samfund, 2019). Fælles alkoholpolitikker og kodeks for gymnasier kan være gode redskaber for at skabe fælles fodslag for, hvordan ungdomsuddannelser håndterer alkohol samt at sikre, at det ikke er et konkurrenceparameter i lokalområdet. Dog skal fælleskodeks være ambitiøse og implementeres for at have en reel effekt på de unges alkoholforbrug. Kodeks kan indeholde regler som fx:

1. Alkohol skal aldrig være det bærende element til festen
2. Der skal altid være voksne til stede til festerne
3. Maksimum udskænkning af 5 genstande pr. deltager
4. Ingen druklege
5. Ingen salg af hård spiritus
6. Gratis vand og salg af mad
7. Ingen officielle efterfester på lokale diskoteker.

På sigt skal alkohol ud af ungdomsuddannelserne. Danmark er et af de eneste steder i Europa, hvor gymnasier faciliterer fester med alkohol for de unge. Uddannelse og alkohol hører ikke sammen. Alkohol påvirker de unges indlæringssevner og koncentration. Desuden øger det risikoen for ulykker, vold og uønsket sex (Tolstrup et al., 2019). WHO anbefaler, at der skal være alkoholfrie miljøer, her er ungdomsuddannelser et oplagt sted at starte (WHO, 2017).

Alkohol & Samfund anbefaler restriktive alkoholpolitikker på ungdomsuddannelser. Som endemål bør alkohol ikke indgå i sociale aktiviteter på ungdomsuddannelserne.

7. Alkoholpolitikker i foreningslivet

Frivillige organisationer og foreninger har en vigtig rolle i at skabe rammerne for alkoholfrie fællesskaber. 83% af danske børn og unge deltager i en aktivitet i deres fritid og størstedelen (86%) dyrker aktiviteten i en forening (Pilgaard & Rask, 2016).

Undersøgelser viser at unge, som går til noget fast i deres fritid, har bedre trivsel og færre problemer end andre unge (Malmgren et al., 2012). Samtidig viser en lille rundspørge (N=325) Politiken har foretaget i 2008, at halvdelen af idrætsudøvere i alderen 15 til 19 år havde drukket alkohol med sine trænere (Politiken, 2008).

Der findes ikke mange andre tal for, om unge drikker i forbindelse med deres fritidsaktiviteter. Dog er det problematisk, hvis unge introduceres til alkohol i deres sport og fritidsaktiviteter. Børn og unge er særligt påvirket af normer og adfærd i deres omgivelser. Voksne og trænere er rollemodeller for de unge, derfor er det vigtigt at alkohol ikke "promoveres", men at der tværtimod fokuseres på sunde sociale miljøer.

Resultater fra Island viser, at børn og unge, der dyrker en fritidsaktivitet, er i mindre risiko for at begynde at drikke alkohol og ryge. Samtidig har man i Island haft succes med at styrke det sociale miljø, f.eks. ved at uddanne og opkvalificere trænere og frivillige, der arbejder med unge (Kristjansson et al., 2019). Derfor er det vigtigt at fokusere på fritidsaktiviteter, hvis vi vil forebygge, at børn og unge begynder at drikke alkohol.

Fritids- og idrætsforeninger skal have en sund alkoholpolitik, der beskytter børn og unge fra at begynde at drikke alkohol. Sport og alkohol hænger ikke sammen. Derfor skal trænere og frivillige være gode rollemodeller for de unge, og ikke introducere alkohol for de unge til sæsonafslutninger og fejring.

Flere organisationer og kommuner arbejder med Kræftens Bekæmpelse for en røgfri fremtid med røgfri miljøer. Ligeledes skal alkohol også tages ud af de miljøer, hvor børn og unge opholder sig. Det kan udsætte alkoholdebutalder og nedsætte unges alkoholforbrug.

Alkohol & Samfund anbefaler at alle fritids- og sportsforeninger har en sund alkoholpolitik med alkoholfri miljøer, hvor børn og unge ikke eksponeres for alkohol i forbindelse med deres fritidsaktivitet.

Kilder

- Alkohol & Samfund. (2019). "Det er ikke drukfester, vi ønsker." En undersøgelse af danske gymnasiers erfaringer med fælles kodeks for alkohol. S. 1-17.
- Alkohol & Samfund. (2019a). Spørgeskemaundersøgelse af Epinion. Tal ikke udgivet.
- Alkohol & Samfund. (2019b). Tak fordi du spørger. Muligheder og barriere for at spørge om ID i Irma. S.1-12.
- Alkohol & Samfund. (2021). Solgt ulovligt. En undersøgelse af danske butikkers håndhævelse af loven om forbud af salg af alkohol til mindreårige. S. 1-22.
- ALS Research. (2019). EVALUERING AF SUNDHEDS- OG SEKSUALUNDERVISNING OG FAMILIEKUNDSKAB (SSF). Bilag
- Christensen et al. (2018). Unges alkoholvaner i Danmark 2017 – en kortlægning. Kræftens Bekæmpelse og TrygFonden smba (Tryghedsgruppen smba) 2018.
- European Commission. (2012). Eyes on Ages A research on alcohol age limit policies in European Member States. Legislation, enforcement and research. S. 51.
- Giles L, Robinson M & Beetson C. (2019). Minimum Unit Pricing (MUP) for alcohol evaluation Sales-based consumption: a descriptive analysis of one year post-MUP off-trade alcohol sales data. Edinburgh: NHS Health Scotland; 2019.
- Giles L, Robinson M. (2019). Monitoring and Evaluating Scotland's Alcohol Strategy: Monitoring Report 2019. Edinburgh: NHS Health Scotland; 2019.
- Juvente. (2019). Kontrollrapport 2019 – Resultaterne fra mindreåriges forsøg på å købe alkohol i dagligvarebutikker i 2019. s. 1-20.
- Kristjansson et al. (2019). Development and Guiding Principles of the Icelandic Model for Preventing Adolescent Substance Use. Health Promotion Practice, January, 2020. Vol. 21, No. (1) 62–69.
- Kræftens Bekæmpelse. (2020). Hentet fra: <https://www.cancer.dk/roegfrifremtid/om-roegfri-fremtid-2020-p2/>
- Malmgren, Vogt-Nielsen, Hansen & Børgesen. (2012). Unge og Fritidsaktiviteter. CASA. s.1-139.
- Pilgaard & Rask. (2016). Danskernes motions og sportsvaner 2016. Idrættens Analyse Institut. s. 1-146.
- Politiken. (2008). "Trænere drikker med deres teenagespillere". Hentet fra d. 20. august 2020 <https://politiken.dk/sport/art4737265/Tr%C3%A6nere-drikker-med-deres-teenagespillere>
- Retsinformation. (2020). Lov om markedsføring. Hentet fra <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2017/426>.
- Schelleman-Offermans et al. (2017). Increased minimum legal age for the sale of alcohol in the Netherlands as of 2014: The effect on alcohol sellers' compliance after one and two years.
- SDU. (2020). Den Europæiske Rusmiddelundersøgelse (ESPAD) 2019. Udarbejdet for Sundhedsstyrelsen af Statens Institut for Folkesundhed, Syddansk Universitet (SDU). s. 1-120.
- SIF. (2006). Evaluering af forbuddet mod salg af alkohol til personer under 16 år. Statens Institut for Folkesundhed, SDU.
- Sigfúsdóttir et al. (2008). Substance use prevention for adolescents: The Icelandic Model. Health Promotion International 24(1):16-25.
- Sucht Schweiz. (2020). Alkoholtestkäufe 2019. Nationaler Bericht über den Verkauf von Alkohol an Minderjährige. Lausanne, september 2020. s. 1-74. Hentet d. 24. februar 2022: https://www.addictionsuisse.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/AT_2019_FINAL_DE_20200924.pdf
- Tolstrup, Demant, Grønbæk, Møller, Pedersen & Pisinger. (2019). Unges alkoholkultur – et bidrag til debatten. København: Vidensråd for Forebyggelse, 2019. s. 1-124.
- WHO. (2010). Global strategy to reduce the harmful use of alcohol. Geneva: World Health Organization; 2010.
- WHO. (2017). World Health Organization Regional Office for Europe. Alcohol and Harm. Moller & Schölin, WHO, 2017.
- WHO. (2020). Alcohol marketing in the WHO European Region. Update report on the evidence and recommended policy actions. WHO Regional Office for Europe: København. s. 1-28.
- WHO. (2022). The SAFER initiative. Hentet fra d. 24. februar 2022: <https://www.who.int/initiatives/SAFER>