

4. CONCLUSIES

Om inzicht te krijgen in de naleving van de leeftijdsgrens van 16 jaar uit het Convenant Verkooppunten Tabak en later de Tabakswet hebben eerst het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en vervolgens de Voedsel en Waren Autoriteit/Keuringsdienst van Waren (VWA/KvW) onderzoeks- en adviesbureau INTRAVAL opdracht gegeven hiernaar onderzoek te doen. Het betreft een monitor, waarbij periodiek metingen plaatsvinden onder jongeren en ondernemers. Tot dusverre hebben metingen plaatsgevonden in 1999, 2001 en 2003.

In de twee voorgaande hoofdstukken zijn de resultaten van de enquêtes onder jongeren en ondernemers besproken. Daarbij zijn de ontwikkelingen tussen 1999 en 2003 weergegeven. In dit hoofdstuk worden de resultaten van de jongeren en de ondernemers met elkaar vergeleken en komen de belangrijkste resultaten uit de voorgaande hoofdstukken aan de orde. Achtereen volgens wordt ingegaan op de verkrijgbaarheid van tabaksproducten en de controle van de leeftijd. Het hoofdstuk wordt afgerond met enkele slotopmerkingen.

4.1 Verkrijgbaarheid tabaksproducten

Het onderzoek richt zich op jongeren die wel eens tabak kopen, het gaat dus niet zo zeer om de vraag of jongeren roken. In 2003 is voor het eerst uitgebreider ingegaan op het rookgedrag van jongeren, maar de nadruk ligt nog steeds op het koopgedrag. Hierbij dient te worden opgemerkt dat het steeds meer moeite kost om tabak kopende jongeren tussen 13 en 15 jaar te vinden. In 1999 zijn in totaal 3.867 jongeren gebeld, terwijl deze aantallen in 2001 en 2003 liggen op respectievelijk 8.028 en 10.981. Het percentage jongeren dat wel eens tabaksproducten koopt voor zichzelf of voor anderen is gedaald van 26% in 1999 naar 9% in 2003. Wanneer wordt gekeken naar de kenmerken van deze kopers blijkt dat het percentage jongens is gestegen van 51% in 1999 naar 56% in 2003.

Tabaksproducten kopen

Er is een verschuiving te zien in de plekken waar jongeren hun tabaksproducten kopen. In 2003 geeft een groter deel van de jongeren aan dat zij tabaksproducten kopen in een tabaksspecialzaak (38% in 1999; 37% in 2001; 46% in 2003). Bij de overige ondernemingen (levensmiddelenzaken, pompstations en automaten) is een daling te zien in het percentage jongeren dat aangeeft daar wel eens tabaksproducten te kopen. Hoewel de levensmiddelenzaken in populariteit lijkt af te nemen, geeft nog steeds 50% van de jongeren aan daar wel eens tabaksproducten te kopen. In het onderzoek van Willemsen (2003) geeft eveneens de helft van de jongeren onder 16 jaar aan dat zij wel eens tabaksproducten kopen bij een levensmiddelenzaak. Zoals al eerder aangegeven zijn beide onderzoeken echter niet goed te vergelijken door verschillen in grootte van de steekproef en in de methode van onderzoek.

Bekendheid wet/convenant en leeftijdsgrens

In 2003 geven bijna alle ondernemingen (93%) aan op de hoogte te zijn van de Tabakswet. Met het convenant was in de voorgaande metingen een veel kleiner deel bekend: 51% in 2001 en 70% in 1999. Het percentage ondernemingen dat de correcte leeftijdsgrens van 16 jaar weet te noemen is in 2003 duidelijk toegenomen ten opzichte van de voorgaande jaren: van 94% in 1999 en 86% in 2001 naar 98% in 2003.

4.2 Controle leeftijd

De ondernemers zeggen in 2003 vaker dan in de voorgaande jaren dat zij zich altijd houden aan de leeftijdsgrenzen: van 40% in 1999 naar 86% in 2003. Zowel bij de tabaksspecialzaken als bij de horecagelegenheden is dit percentage tussen 1999 en 2003 met 50% gestegen.

Opmerkingen verkoper

De jongeren is onder meer gevraagd in hoeverre door de verkoper opmerkingen zijn gemaakt bij het kopen van tabaksproducten. Het blijkt dat het merendeel (70% of meer) van de jongeren nog steeds tabaksproducten kan kopen zonder dat de verkoper opmerkingen maakt. Het lijkt er echter op dat het voor de jongeren moeilijker wordt om tabaksproducten uit een automaat te halen. Er is een stijgende trend te zien in het percentage jongeren dat aangeeft dat de verkoper opmerkingen maakt wanneer zij tabaksproducten uit een automaat halen. Verder ondervinden met name de 14-jarigen meer problemen bij het kopen van tabaksproducten. Zowel in levensmiddelenzaken als bij pompstations krijgen zij in toenemende mate opmerkingen te horen (levensmiddelenzaken: van 21% in 1999 naar 36% in 2003; pompstations: van 18% in 1999 naar 30% in 2003).

Van de jongeren waarbij de verkoper een opmerking maakt geeft het merendeel aan dat de verkoper dan naar hun leeftijd vraagt. Andere opmerkingen, die in mindere mate worden gemaakt, zijn het vragen naar een identiteitsbewijs en de opmerking dat ze te jong zijn. Ondanks deze vragen en opmerkingen krijgt het merendeel (70% of meer) van de jongeren de tabaksproducten nog steeds mee. In de afgelopen jaren hebben zich hierin nauwelijks veranderingen voorgedaan.

Uitvoering

In 2003 vindt ruim drie kwart van alle ondernemingen het verifiëren van de leeftijd van de jongeren belangrijk, in de voorgaande metingen is dit ruim de helft. Daarnaast is de manier van controleren veranderd. In toenemende mate zeggen de ondernemingen de jongeren te vragen naar een identiteitsbewijs. Het vragen naar de leeftijd en het inschatten van de leeftijd laten een dalende trend zien. In 2003 worden een vijftal redenen voor het belangrijk vinden van het verifiëren van de leeftijd duidelijk vaker genoemd dan in de voorgaande metingen. Het gaat hierbij om: roken is slecht voor de gezondheid; roken is verslavend; de Tabakswet/het convenant dient te worden nageleefd; maatschappelijke verantwoordelijkheid; en men wil geen problemen met controlerende instanties.

In 2003 zegt de helft van de ondernemers moeite te hebben met het zich houden aan de leeftijdsgrens, in 1999 ligt dit percentage ongeveer op hetzelfde niveau. In 2001 geeft daarentegen bijna twee derde aan dat ze problemen ondervinden bij het zich houden aan de leeftijdsgrens van 16 jaar. Het naleven van de leeftijdsgrens wordt volgens de ondernemers tijdens alle drie metingen met name bemoeilijkt doordat de leeftijd van de jongeren moeilijk is in te schatten. Aangezien het percentage ondernemers dat dit aangeeft in 2003 is gedaald ten opzichte van de vorige metingen, lijkt het erop dat ze hiermee minder moeite krijgen. Ook de reden dat de leeftijd moeilijk is te controleren wordt in 2003 minder vaak genoemd dan in de voorgaande metingen (29% in 1999, 21% in 2001 en 8% in 2003). De angst voor agressie is daarentegen toegenomen van 2% in 1999 naar 15% in 2003.

4.3 Ten slotte

Jongeren geven de afgelopen jaren steeds minder vaak aan dat zij wel eens tabaksproducten kopen voor zichzelf of voor anderen. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat er striktere controles plaatsvinden. Het kan echter ook een gevolg zijn van de campagnes tegen roken, prijsverhogingen of de recessie waardoor jongeren minder te besteden hebben. Uit gegevens van het Centre for Disease Control and Prevention (CDC) blijkt dat prijsverhogingen (accijnsverhogingen) leiden tot een daling van het aantal rokers. Zo is in de staat Oregon in 1996 een accijnsverhoging ingevoerd, in 1998 was het aantal rokers met ruim zes procent gedaald, terwijl in de staten waar geen prijsverhogingen hebben plaatsgevonden het percentage rokers niet was gedaald (CDC 1999).

Ondanks dat de ondernemers beter op de hoogte zijn van de leeftijdsgrens en zeggen zich meer aan deze grens te houden, geeft nog steeds het overgrote deel van de jongeren aan dat zij zonder problemen tabaksproducten kunnen kopen. De slaagkans ligt in 2003, evenals in 1999 en 2001, op bijna 90% of hoger. Alleen bij het kopen van sigaretten uit automaten is er sprake van een daling in de slaagkans, van 99% in 1999 naar 96% in 2003. Wel geven de 14-jarigen in 2003 vaker dan in 1999 aan dat de verkopers van zowel de levensmiddelenzaken als de pompstations opmerkingen maken. Dit zou erop kunnen wijzen dat de ondernemers nu de wet van kracht is, meer aandacht besteden aan de leeftijdsgrens van 16 jaar. Zij zeggen in ieder geval vaker dan in de voorgaande metingen dat zij het belangrijk vinden de leeftijd van de jongeren te verifiëren.

De ondernemers geven aan de leeftijd steeds vaker te controleren door te vragen naar een identiteitsbewijs en minder te vragen naar de leeftijd van de jongeren of de leeftijd in te schatten. Bij de jongeren zegt echter de meerderheid (ruim de helft tot drie kwart) dat de verkopers vragen naar hun leeftijd. Een veel kleiner deel geeft aan dat zij worden gevraagd hun identiteitsbewijs te tonen.