

4. SAMENVATTING

Op 7 mei 2002 is in het Staatsblad 2002 nummer 201 de gewijzigde Tabakswet gepubliceerd. Naar aanleiding hiervan wil de Keuringsdienst van Waren goed inzicht in de naleving van het onderdeel waarin de leeftijdsgrens van de verkoop van tabaksproducten wordt gelegd bij 16 jaar. Deze leeftijdsgrens wordt al sinds 1998 in een door het Platform Verkooppunten Tabak opgesteld convenant (vrijwillig) gehanteerd. De Keuringsdienst van Waren heeft bureau INTRAVAL opdracht gegeven tot een onderzoek naar de handhaving van de leeftijdsgrens. Het onderzoek is een inventarisatie van de huidige situatie en is op vergelijkbare wijze uitgevoerd als de (nul)meting in 1999, zodat vergelijkingen tussen beide metingen mogelijk zijn.

4.1 Opzet onderzoek

Er is een telefonische enquête van ongeveer 15 minuten afgenomen onder een landelijke, representatieve steekproef van jongeren in de leeftijd van 13 tot en met 15 jaar. In totaal hebben 11.895 jongeren meegewerkt aan het onderzoek, 3.867 in 1999 en 8.028 in 2001. Hiervan kopen in 1999 987 en in 2001 1.162 jongeren wel eens tabak voor zichzelf of voor anderen. Deze jongeren is gevraagd naar de reacties van ondernemers bij het kopen van tabaksproducten in tabaksspeciaalzaken, levensmiddelenzaken, pompstations en horeca-gelegenheden.

Daarnaast zijn in 25 gemeenten vertegenwoordigers van ondernemingen, evenredig verdeeld over de bovengenoemde categorieën, geënquêteerd. In 1999 waren dit in totaal 200 en in 2001 in totaal 397 ondernemingen. In de gesprekken zijn de volgende onderwerpen aan de orde geweest: verkoopgedrag aan jongeren onder de 16 jaar; bekendheid met het Convenant Verkooppunten Tabak en het voorstel voor een wetswijziging; knelpunten bij het handhaven van de leeftijdsgrens; informatiemateriaal en stickers in de onderneming. Er is eveneens geobserveerd in deze ondernemingen, waarbij gelet is op de aanwezigheid van stickers en informatiemateriaal inzake het convenant. Tevens is nagegaan of dit materiaal duidelijk zichtbaar in de onderneming is opgesteld.

In vergelijking met 1999 zijn bij het onderzoek onder de ondernemingen in 2001 een paar wijzigingen aangebracht. In 2001 is geprobeerd van elke onderneming een leidinggevende en een uitvoerende te enquêteren, terwijl in 1999 de nadruk lag op leidinggevend. Verder is in 1999 een deel van de enquête alleen afgenomen bij leden van een van de vier brancheorganisaties, terwijl in 2001 de enquête in zijn geheel bij alle ondernemingen is afgenomen. Voor de vergelijking tussen 1999 en 2001 is voor een deel alleen gebruik gemaakt van de respondenten die hebben aangegeven lid te zijn van een van deze brancheorganisaties. Daarnaast is voor een deel alleen gebruik gemaakt van de antwoorden van de leidinggevend.

4.2 Jongeren

Hieronder worden de belangrijkste bevindingen met betrekking tot het roken en kopen van tabak door jongeren weergegeven.

Koopgedrag

Van de 3.867 in 1999 ondervraagde jongeren rookt 20%. In 2001 is dit significant gedaald naar 10% (van de 8.028 jongeren). Het feit dat deze jongeren roken betekent niet dat zij allen zelf tabak kopen. In 1999 koopt 35% van de jongeren die roken nooit zelf tabak, in 2001 is dit percentage significant gedaald naar 18%. Tevens is het percentage jongeren dat niet rookt, maar wel tabak voor anderen koopt, significant gedaald van 16% in 1999 naar 7% in 2001. De ervaringen met het kopen van tabak zijn gemeten onder alle jongeren die wel eens tabak kopen voor zichzelf of voor anderen (in 1999 987 jongeren en in 2001 1.162 jongeren).

Verkooppunten

Bij de ervaringen met het kopen van tabak wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende verkooppunten, te weten tabaksspeciaalzaken, levensmiddelenzaken, pompstations en automaten. De jongeren kunnen in één van deze verkooppunten tabak hebben gekocht, maar ook in meerdere. In 1999 koopt 59% van de jongeren wel eens tabak in levensmiddelenzaken, 42% in pompstations, 40% uit automaten en 38% in tabaksspeciaalzaken. In 2001 bedragen deze percentages respectievelijk 57%, 47%, 44% en 37%.

Opmerkingen verkoper

Een vergelijking in de verkrijgbaarheid van tabak laat zien dat in 1999 bij de meeste verkooppunten bij ongeveer een kwart van de jongeren de verkoper opmerkingen maakt bij het kopen van tabaksproducten. Het gaat hier om verkopers in tabaksspeciaalzaken (24%), levensmiddelenzaken (26%) en pompstations (24%). Bij de verkoop uit automaten wordt bij 9% van de jongeren opmerkingen gemaakt door de verkoper. In 2001 zijn de percentages voor wat betreft tabaksspeciaalzaken en levensmiddelenzaken nagenoeg hetzelfde. Bij de pompstations geven jongeren significant vaker (32%) aan dat de verkoper opmerkingen maakt. Dit wil overigens niet zeggen dat men de tabak niet verkoopt.

De jongeren is gevraagd of ze ondanks de opmerkingen van de verkoper toch de tabaksproducten hebben meegekregen. Het blijkt dat zowel in 1999 als in 2001 het merendeel van de jongeren de tabaksproducten toch heeft meegekregen. Bij de *13-jarigen* lopen de percentages in 1999 uiteen van 69% bij tabaksspeciaalzaken en 92% bij automaten, in 2001 bedragen deze percentages 57% bij pompstations en 81% bij tabaksspeciaalzaken. Zowel in 1999 als in 2001 geeft iets meer dan de helft van de *14-jarigen* (51% in 1999 en 55% in 2001) dat ze ondanks opmerkingen van de verkoper van een levensmiddelenzaak toch de sigaretten hebben meegekregen, bij de andere ondernemingen liggen deze percentages hoger. Voor de *15-jarigen* geldt ook dat ze de tabaksproducten het minst vaak meekrijgen bij een levensmiddelenzaak na opmerkingen van de verkoper (67% in 1999 en 68% in 2001).

Geslacht en leeftijd

Bij beide metingen zijn er nagenoeg geen verschillen tussen jongens en meisjes. De verkrijgbaarheid van tabak naar leeftijd laat enkele kleine (niet significante) verschillen zien. In 1999 geeft 30% van de 13-jarige jongeren aan dat de verkopers in pompstations opmerkingen hebben gemaakt bij het kopen van tabaksproducten, voor tabaksspeciaalzaken ligt dit percentage op 38% en voor levensmiddelenzaken op 37%. In 2001 ligt dit percentage iets lager, namelijk 29% bij tabaksspeciaalzaken, 32% bij levensmiddelenzaken en 34% bij pompstations. Bij de 14- en 15-jarigen is het juist andersom: in 1999 geeft een lager percentage jongeren aan dat de verkoper opmerkingen maakt bij het verkopen van tabaksproducten dan in 2001. De verkrijgbaarheid van tabak naar leeftijd laat alleen een significant verschil zien bij pompstations. In 1999 geven 14-jarigen vaker aan dat de verkoper van het pompstation opmerkingen maakt bij het verkopen van tabaksproducten dan in 2001.

4.3 Ondernemingen

In beide jaren zegt een groot deel (52% in 1999 en 44% in 2001) van de ondervraagde ondernemingen wel eens sigaretten of andere tabaksproducten te verkopen aan jongeren onder de 16 jaar. Ongeveer de helft van de ondernemingen (48% in 1999, 56% in 2001) zegt 'nooit' tabaksproducten aan jongeren te verkopen.

Leden brancheorganisaties

Vier samenwerkende brancheorganisaties hebben in 1998 in het Convenant Verkooppunten Tabak vastgelegd op vrijwillige basis een leeftijdsgrens van 16 jaar te hanteren voor de verkoop van tabak. Deze brancheorganisaties zijn de Landelijke Belangenvereniging van Tabaksdistributeurs (LBT-Nederland), de Belangenvereniging Tankstations (BETA), het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) en de brancheorganisatie voor de Tabaksdetailhandel (NSO). Van de ondervraagde ondernemingen is in 1999 75% bij een van deze brancheorganisaties aangesloten, terwijl dit in 2001 66% bedraagt.

In 1999 zegt 88% van de ondernemingen op de hoogte te zijn van het Convenant Verkooppunten Tabak, terwijl dit percentage in 2001 significant is gedaald naar 66%. Van de ondernemingen is in 1999 89% van mening dat de brancheorganisatie als standpunt heeft dat er geen tabaksproducten mogen worden verkocht aan jongeren onder de 16 jaar, terwijl dit in 2001 is gedaald tot 75%.

Van alle in 2001 ondervraagde ondernemingen is 38% op de hoogte van de voorgestelde wijzigingen in de Tabakswet. Het blijkt dat de tabaksspeciaalzaken hiervan het meest op de hoogte zijn (60%).

Verkoop tabaksproducten aan jongeren

Van alle ondernemingen zegt twee vijfde (41%) in 1999 en een derde (33%) in 2001 zich *altijd* aan de afgesproken leeftijdsgrens van 16 jaar te houden. Het percentage horecaondernemingen dat zegt zich *niet* aan de leeftijdsgrens te houden is significant gestegen van 6% in 1999 naar 30% in 2001. Bij pompstations daarentegen is een stijging te zien van het percentage dat zich (voor zover mogelijk) *wel* aan de leeftijdsgrens houdt van 28% in 1999 naar 66% in 2001. Bovendien zegt in 1999 19% van hen zich *niet* aan de leeftijdsgrens te houden, terwijl dit percentage in 2001 is gedaald naar 0%.

Controle

Het percentage ondernemingen dat aangeeft naar een identiteitsbewijs te vragen is significant gestegen van 29% in 1999 tot 57% in 2001. Het verifiëren van de leeftijd van jongeren die tabaksproducten willen kopen wordt in beide jaren door ruim de helft van de ondernemingen belangrijk gevonden. In 1999 geeft 20% van de ondernemingen aan dat leeftijdscontrole belangrijk is omdat roken slecht is voor de gezondheid, terwijl dit percentage in 2001 significant is gestegen tot 51%. Dat leeftijdscontrole belangrijk wordt gevonden wil echter niet zeggen dat ze geen tabaksproducten aan jongeren verkopen. Het aantal ondernemingen dat van mening is dat leeftijdscontrole onbelangrijk is, omdat jongeren toch wel aan de gewenste tabaksproducten kunnen komen, is gestegen van 15% in 1999 tot 33% in 2001.

Het grootste deel van de ondervraagde ondernemingen (79% in 1999 en 88% in 2001) zegt het personeel te hebben geïnstrueerd over een leeftijdsgrens voor het verkopen van tabak. Het percentage pompstations dat dit zegt is gestegen van 62% in 1999 tot 96% in 2001. Het blijkt dat het deel van de ondernemingen dat denkt dat hun personeel zich aan de leeftijdsgrens houdt omdat het een regel is van de zaak, is gedaald van 37% in 1999 tot 27% in 2001. Ook het deel van de ondernemingen dat van mening is dat het personeel leeftijdscontrole belangrijk vindt omdat roken slecht is voor de gezondheid is gedaald van 22% in 1999 tot 16% in 2001.

In 2001 blijkt het percentage ondernemingen dat het moeilijk vindt zich aan de leeftijdsgrenzen te houden te zijn gestegen van 45% in 1999 naar 70% in 2001. Alleen de tabaksspeciaalzaken zijn het niet moeilijker gaan vinden (beide jaren ongeveer 66%). Bij de pompstations is een daling te zien van het percentage dat het moeilijk vindt om op leeftijd te controleren, van 50% in 1999 tot 14% in 2001. De tabaksspeciaalzaken vinden in 2001 (6%) minder vaak dat concurrentie een reden is waarom het moeilijk is zich aan de leeftijdsgrens te houden dan in 1999 (24%). Het percentage tabaksspeciaalzaken dat zegt dat het houden aan de leeftijdsgrens moeilijk is omdat ouders het roken goedkeuren is daarentegen gestegen van 4% in 1999 tot 12% in 2001.

Observaties

Er is in 1999 geobserveerd bij 200 ondernemingen, tegenover 249 ondernemingen in 2001. In beide jaren heeft ongeveer een derde van alle geobserveerde ondernemingen (39% in 1999 en 36% in 2001) stickers in de zaak hangen. Tabaksspeciaalzaken hebben in 2001 (26%) minder vaak stickers hangen dan in 1999 (63%). In de horecaondernemingen zijn daarentegen meer stickers geconstateerd (19% in 1999 en 38% in 2001).

Informatiemateriaal omtrent het Convenant Verkooppunten Tabak (flyer, schapstrip) is in 1999 bij 13% en in 2001 bij 5% van alle ondernemingen aanwezig. Vooral bij tabaksspeciaalzaken is dit percentage gedaald (35% in 1999 tegenover 5% in 2001).

Van de sigarettenautomaten is in 1999 26% van een sticker voorzien, terwijl dit percentage in 2001 is gestegen naar 55%.

4.4 Jongeren versus ondernemingen

In deze paragraaf worden voor 2001 de resultaten van de jongeren afgezet tegen die van de ondernemingen.

Verkrijgbaarheid

Van de ondernemingen zegt in beide jaren ongeveer de helft wel eens tabak aan jongeren te verkopen. Dit is redelijk in overeenstemming met de ervaringen van de jongeren. In beide jaren varieert het percentage jongeren dat tabak koopt of probeert te kopen van ongeveer 40% (tabaksspeciaalzaak) tot ongeveer 60% (levensmiddelenzaak).

Meer dan 90% van de jongeren kan de tabak zonder opmerkingen meenemen uit de sigarettenautomaat. Bij de overige categorieën ondernemingen bedraagt dit ongeveer drie kwart van de jongeren. Toch vindt in beide jaren ruim de helft van de ondernemingen het belangrijk om op de leeftijdsgrens van 16 jaar te letten. Dit wil echter niet zeggen dat ze geen tabaksproducten aan jongeren onder de 16 jaar verkopen.

Leeftijdscontrole

Ruim de helft (57%) van alle in 2001 ondervraagde ondernemingen zegt op leeftijd te controleren door te vragen naar een identiteitsbewijs. Dit is een aanzienlijk hoger percentage dan het percentage dat door de ondervraagde jongeren wordt gegeven. Van hen zegt namelijk 24% dat wel eens om een identiteitsbewijs wordt gevraagd.

Volgens 38% van de ondernemingen wordt gecontroleerd op leeftijd door er naar te vragen. Dit is een veel lager percentage dan dat door de jongeren wordt genoemd (70%). Bij de categorie sigarettenautomaten liggen deze percentages dicht bij elkaar (respectievelijk 26% van de ondernemingen en 41% van de jongeren). Daarnaast wordt door 26% van de ondernemingen met sigarettenautomaten aangegeven dat wordt gecontroleerd op leeftijd door te vragen naar een identiteitsbewijs, terwijl dit volgens 9% van de ondervraagde jongeren gebeurt.

4.5 Ten slotte

Uit het onderzoek komt naar voren dat het percentage jongeren van 13, 14 en 15 jaar dat rookt significant is gedaald van 20% in 1999 naar 10% in 2001. Tevens is het koopgedrag van de jongeren veranderd. In 1999 koopt 35% van de jongeren die roken nooit zelf tabak, in 2001 is dit significant gedaald naar 18%. In beide jaren proberen de meeste jongeren hun tabaksproducten te kopen in een levensmiddelenzaak.

Zowel in 1999 als in 2001 geeft het merendeel van de jongeren aan dat de verkoper geen opmerkingen maakt bij het verkopen van tabaksproducten. Alleen bij pompstations geven in 2001 significant meer jongeren (32%) aan dat de verkoper opmerkingen maakt bij het verkopen van tabaksproducten dan in 1999 (24%). Overigens krijgen de jongeren de tabaksproducten meestal wel mee, ondanks de opmerkingen van de verkoper.

In 2001 is de jongeren gevraagd welke opmerking de verkoper maakt. In het algemeen wordt de jongeren gevraagd hoe oud ze zijn, terwijl de verkopers bij ongeveer een kwart van de jongeren naar een identiteitsbewijs vragen.

Van de respondenten van alle ondernemingen zegt in 1999 twee vijfde en in 2001 een derde zich altijd te houden aan een leeftijdsgrens van 16 jaar. De horecaondernemingen geven in 2001 vaker aan zich niet te houden aan een leeftijdsgrens van 16 jaar dan in 1999. De pompstations zijn zich echter voor zover mogelijk meer aan de leeftijdsgrens

gaan houden. In 2001 zegt geen enkel pompstation zich *niet* te houden aan de leeftijdsgrens terwijl dit in 1999 nog 19% was. Tevens is het percentage pompstations dat aangeeft hun personeel te hebben geïnstrueerd over de leeftijdsgrens gestegen van 62% in 1999 naar 96% in 2001.

Het verifiëren van de leeftijd van jongeren die tabaksproducten willen kopen wordt in beide jaren door ruim de helft van de ondernemingen belangrijk gevonden. In 1999 geeft 20% van de ondernemingen aan dat leeftijdcontrole belangrijk is omdat roken slecht is voor de gezondheid, terwijl dit percentage in 2001 significant is gestegen naar 51%.

Ten slotte is het van belang te melden dat in 2001 van alle ondernemingen in totaal 38% op de hoogte is van de voorgestelde wetswijzigingen. Bij tabaksspecialzaken is de bekendheid met deze wijzigingen in vergelijking met de overige categorieën ondernemingen het hoogst (60%).