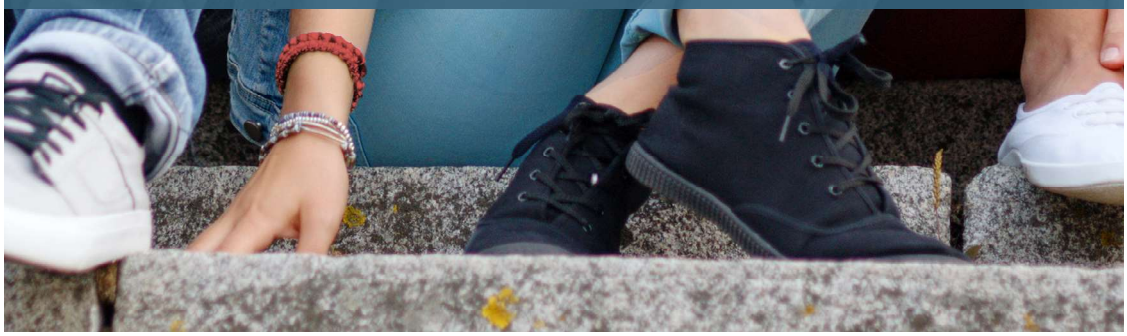
bureau objectief

LANDELIJK ONDERZOEK NAAR DE NALEVING VAN DE LEEFTIJDSGRENS BIJ ALCOHOL- EN TABAKSVERKOOP IN 2022



© Copyright

Opdrachtgever
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Onderzoeksteam
drs. Milou Hessels
drs. Milou Geerlings
drs. Tim van den Berk
drs. Eline Buitink
drs. Gijs van Amerongen
Tim Wolters

Adviescommissie
dr. Roel Hermans
drs. Elise Schröer

Vormgeving
Hoogstede Ontwerpt

Wij bedanken alle auditoren en mysterykids voor hun inzet tijdens het veldwerk.

INHOUD

Samenvatting 6
- Doelstelling 6
- Methode 6
- Resultaten 6
- Conclusie 16

Achtergrond 17
- Aanleiding 17
- Ontwikkeling nalevingscijfers 17
- Onderzoek en onderzoeksvragen 18
- Vermindering van de tabaksverkoop 21

Methode 22
- Mystershoponderzoek 22
- Selectie mysterykids en auditoren 23
- Procedure aankooppogingen 24
- Begeleiding mysterykids en ouders/verzorgers 27
- Gemeten variabelen 27
- Steekproef 28
- Aankooppogingen bij onbemenste kassa's 35
- Analyse 36

Resultaten 41
- Resultaten alcoholverkoop 41
- Resultaten tabaksverkoop 80

Conclusie 100
- Naleving alcoholverkoop 2022 100
- Naleving tabaksverkoop 2022 101
- Interventies in het leeftijdscontroleproces 101
- Ontwikkeling nalevingscijfers 102

Referenties 105

Appendix A: Ethische normen mysteryshoponderzoek 106

Appendix B: Betrouwbaarheidsintervallen & significantietoetsen 107

Appendix C: Begrippenlijst 110

SAMENVATTING

DOELSTELLING

In dit onderzoek is de naleving per verkoopkanaal en de gemiddelde landelijke naleving anno 2022 vastgesteld voor de leeftijdsgrens van 18 jaar bij de verkoop van alcohol en tabak[1]. Ook is in kaart gebracht in hoeverre verkopers interventies inzetten bij de leeftijdscontrole, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Interventies zijn de handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftijdscontrole: leeftijd vragen, ID vragen en een hulpmiddel gebruiken. Ten slotte is onderzocht of de nalevingscijfers voor de verkoop van alcohol en de verkoop van tabak in 2022 veranderd zijn ten opzichte van het meest recente onderzoek naar alcohol en tabak in 2020.

METHODE

Om de naleving van de leeftijdsgrens vast te stellen is mysteryshoponderzoek uitgevoerd, waarbij 16- en 17-jarige jongeren ('mysterykids') een aankooppoging in scène zetten.

RESULTATEN

Gewogen totale nalevingscijfer

Het gewogen totale nalevingscijfer geeft de gemiddelde naleving aan in Nederland. De gewogen totale nalevingscijfers voor alcohol en tabak zijn tot stand gekomen met behulp van weegfactoren die per (sub)verkoopkanaal gebaseerd zijn op het relatieve aandeel verkooppunten van elk (sub)verkoopkanaal binnen het totale aantal verkooppunten in Nederland. In het gewogen totale nalevingscijfer is voor zowel alcohol als tabak het nalevingspercentage van thuisbezorgkanalen niet meegenomen, omdat er geen realistische schatting van het totale aanbod van thuisbezorgkanalen gemaakt kan worden. In het verkoopkanaal thuisbezorgkanalen is namelijk niet bekend hoeveel locaties onder dit verkoopkanaal vallen.

Naleving alcoholverkoop

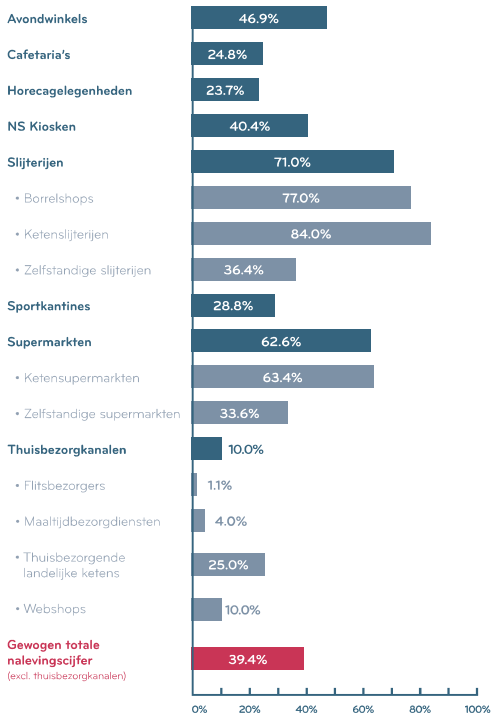
Het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol is in 2022 39.4%. De naleving bij alcoholverkoop loopt anno 2022 uiteen van 1.1% bij flitsbezorgers tot en met 84.0% bij ketenslijterijen.

Bij avondwinkels is de naleving 46.9%. Bij cafetaria's en bij horecagelegenheden is de naleving respectievelijk 24.8% en 23.7%. Bij NS kiosken is een naleving van 40.4% geconstateerd. De gewogen totale naleving van het overkoepelende verkoopkanaal slijterijen is 71.0%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen: borrelshops, ketenslijterijen en zelfstandige slijterijen. De naleving bij deze subverkoopkanalen is respectievelijk 77.0%, 84.0% en 36.4%. Bij sportkantines is de naleving 28.8%. De gewogen naleving van het overkoepelende verkoopkanaal supermarkten is 62.6%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten, met een naleving van respectievelijk 63.4% en 33.6%. Bij het overkoepelende verkoopkanaal (thuis)bezorgkanalen is de naleving 10.0%. Hieronder vallen flitsbezorgers (1.1%), maaltijdbezorgdiensten (4.0%), thuisbezorgende landelijke ketens (25.0%) en webshops (10.0%).

De nalevingscijfers per verkoopkanaal zijn weergegeven in Figuur 1.

1 Zie Appendix C voor een uitleg van de begrippen in de context van dit nalevingsonderzoek.

Figuur 1. Nalevingscijfers alcohol per verkoopkanaal 2022

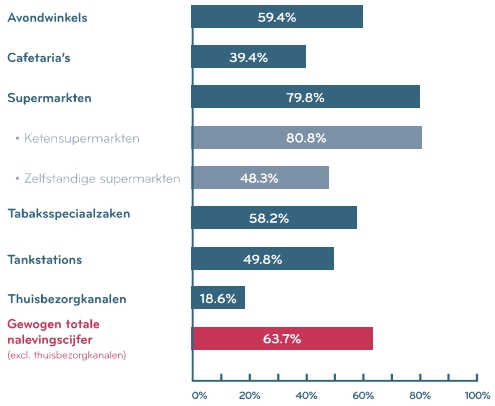


Naleving tabaksverkoop

Het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van tabak is in 2022 63.7%. De naleving bij tabaksverkoop loopt anno 2022 uiteen van 18.6% bij thuisbezorgkanalen tot en met 80.8% bij ketensupermarkten.

Bij avondwinkels is de naleving 59.4%. Bij cafetaria's is de naleving 39.4%. De gewogen naleving van het overkoepelende verkoopkanaal supermarkten is 79.8%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Bij ketensupermarkten is de naleving 80.8% en bij zelfstandige supermarkten 48.3%. Bij tabaksspeciaalzaken is een naleving geconstateerd van 58.2%. Bij tankstations is de naleving 49.8%. Bij thuisbezorgkanalen is de naleving 18.6%. De nalevingscijfers per verkoopkanaal zijn weergegeven in Figuur 2.

Figuur 2. Nalevingscijfers tabak per verkoopkanaal 2022



Toegepaste interventies bij leeftijdscontrole

Het vragen naar ID blijkt een belangrijke voorspeller voor naleving. Verder blijkt in verkoopkanalen waar relatief veel gebruik wordt gemaakt van hulpmiddelen om het ID van de mysterykid te controleren dat de naleving na ID-vraag met hulpmiddel hoger is dan de naleving na ID-vraag zonder hulpmiddel.

Verandering naleving

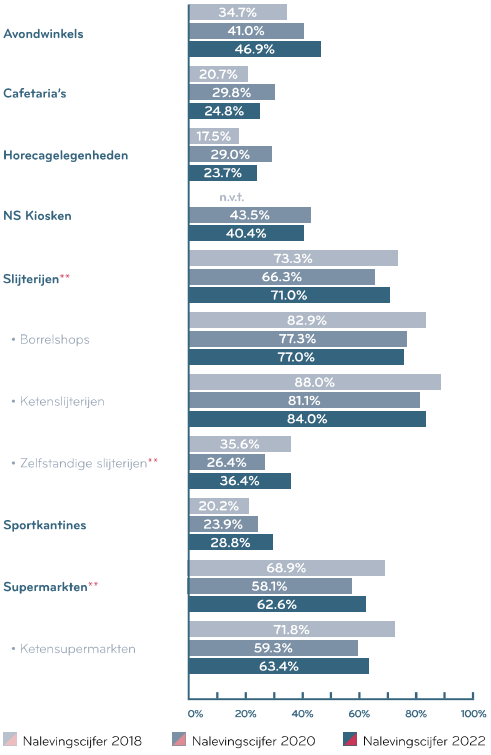
De naleving door diverse verkoopkanalen van alcohol en tabak zijn sinds het meest recente voorgaande onderzoek (2020) significant veranderd. Er zijn ook diverse kanalen waar geen significante verandering heeft plaatsgevonden.

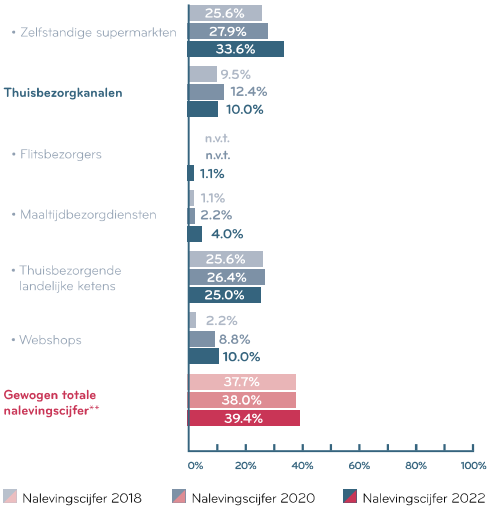
Verandering naleving bij alcoholverkoop tussen 2020 en 2022

In Figuur 3 wordt de vergelijking weergegeven tussen de nalevingscijfers van 2020 en 2022 voor alcoholverkoop. De gewogen totale nalevingscijfers van 2020 (38.0%) en 2022 (39.4%) verschillen significant van elkaar. Dat betekent dat de naleving in 2022 gestegen is ten opzichte van 2020.

Bij slijterijen, zelfstandige slijterijen en supermarkten is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in 2022 significant hoger dan de naleving in 2020. In de andere verkoopkanalen zijn er geen significante veranderingen in de naleving geconstateerd. Zie Appendix B voor de betrouwbaarheidsintervallen en significantietoetsen van het totale nalevingscijfer en van de nalevingscijfers per verkoopkanaal.

*Figuur 3. Vergelijking nalevingscijfers alcohol per verkoopkanaal 2018, 2020 en 2022**





** Het nalevingspercentage van thuisbezorgkanalen is niet meegenomen in het gewogen totale nalevingscijfer, omdat er geen realistische schatting van het totaal aanbod van thuisbezorgkanalen gemaakt kan worden.*

Om bij thuisbezorgkanalen een eerlijke vergelijking met 2022 mogelijk te maken is het nalevingscijfer van 2022 (10.0%) herberekend exclusief flitsbezorgers (13.0%) en gebruikt in de vergelijking met 2020.

Het onderzoek is in 2020 gedeeltelijk tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. De invloed van de maatregelen als gevolg van de COVID-19-pandemie op de cijfers is niet objectief te kwantificeren. Gegeven is wel dat de gemeten naleving de werkelijke naleving van verkoopkanalen in 2020 weergeeft. Voor een volledig beeld van de ontwikkeling van de nalevingscijfers zijn de cijfers uit 2018 aan deze figuur toegevoegd.

** Significant verschil tussen 2020 en 2022

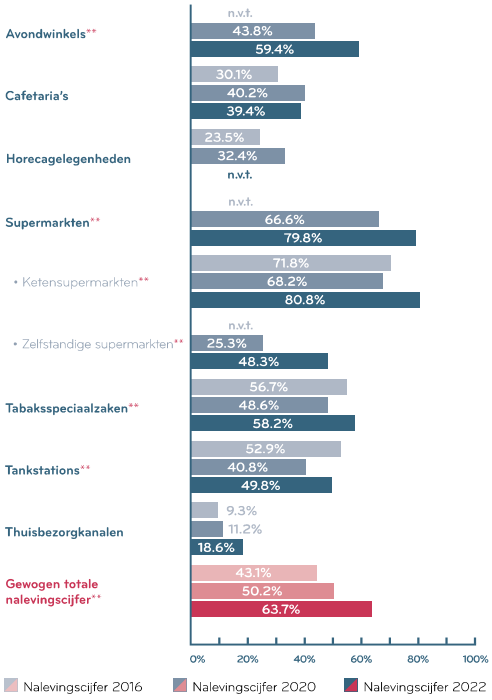
Verandering naleving bij tabaksverkoop tussen 2020 en 2022

In Figuur 4 wordt de vergelijking weergegeven tussen de nalevingscijfers van 2020 en 2022 voor tabaksverkoop. In 2022 zijn er voor tabak geen aankooppogingen uitgevoerd bij horecagelegenheden doordat kleinhandel via sigarettenautomaten (tabaksautomaten) of verkoop van sigaretten vanachter de bar vanaf 1 januari 2022 verboden zijn bij horecagelegenheden met een alcoholvergunning. Vanwege deze verschillen tussen 2020 en 2022, zijn de gewogen totale nalevingscijfers niet een-op-een vergelijkbaar. Daarom is er voor de vergelijking een alternatief gewogen totale nalevingscijfer voor 2020 berekend, waarbij het verkoopkanaal horecagelegenheden uitgesloten is.

Het herberekende gewogen totale nalevingscijfer voor tabaksverkoop van 2020 (55.2%) en het gewogen totale nalevingscijfer van 2022 (63.7%) verschillen significant van elkaar. Dat betekent dat de naleving in 2022 gestegen is ten opzichte van 2020.

Bij avondwinkels, supermarkten (ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten), tabaksspeciaalzaken en tankstations is de naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop in 2022 significant gestegen. Bij cafetaria's en thuisbezorgkanalen is de naleving bij tabaksverkoop in 2022 niet significant veranderd ten opzichte van de naleving 2020.

*Figuur 4. Vergelijking nalevingscijfers tabak per verkoopkanaal 2016, 2020 en 2022**



* *Het nalevingspercentage van thuisbezorgkanalen is niet meegenomen in het gewogen totale nalevingscijfer, omdat er geen realistische schatting van het totaal aanbod van thuisbezorgkanalen gemaakt kan worden.*

Om een eerlijke vergelijking met 2022 mogelijk te maken is het totale gewogen nalevingscijfer van 2020 (50.2%) herberekend exclusief horecagelegenheden (55.2%) en gebruikt in de vergelijking met 2022.

Het onderzoek is in 2020 gedeeltelijk tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. De invloed van de maatregelen als gevolg van de COVID-19-pandemie op de cijfers is niet objectief te kwantificeren. Gegeven is wel dat de gemeten naleving de werkelijke naleving van verkoopkanalen in 2020 weergeeft. Voor een volledig beeld van de ontwikkeling van de nalevingscijfers zijn de cijfers uit 2016 aan deze figuur toegevoegd.

** Significant verschil tussen 2020 en 2022

CONCLUSIE

Dit onderzoek is een vervolgmeting op het nalevingsonderzoek voor alcohol- en tabaksverkoop in 2020. De gewogen totale landelijke naleving en de naleving per verkoopkanaal in 2022 is vastgesteld voor zowel alcohol- als tabaksverkoop.

Voor alcoholverkoop is er een significante toename in de gewogen totale naleving. Bij slijterijen, zelfstandige slijterijen en supermarkten is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in 2022 significant gestegen. In de andere verkoopkanalen zijn er geen significante veranderingen in de naleving geconstateerd.

Voor tabaksverkoop is er ook een significante toename in de gewogen totale naleving. Bij avondwinkels, supermarkten (ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten), tabaksspeciaalzaken en tankstations is de naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop in 2022 significant gestegen. Bij cafetaria's en thuisbezorgkanalen is de naleving bij tabaksverkoop in 2022 niet significant veranderd ten opzichte van de naleving 2020.

ACHTERGROND

AANLEIDING

Alcoholhoudende dranken en tabakswaren mogen niet worden verstrekt aan personen onder de 18 jaar. In zowel de Alcoholwet als de Tabaks- en Rookwarenwet is verplicht gesteld dat verkopers de leeftijd van klanten, die alcohol of tabak willen aankopen, vaststellen aan de hand van een geldig legitimatiebewijs, indien deze persoon niet onmiskenbaar 18 jaar lijkt[3,4]. Met deze wetten verplicht de overheid verkopers om op een verantwoorde manier alcohol en tabak te verkopen. De gemeenten houden toezicht op de naleving van de leeftijdsgrens voor alcohol. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) houdt toezicht op de naleving van de regels voor alcoholverkoop op afstand en op de naleving van de leeftijdsgrens voor de verkoop van tabak.

Om de voortgang van deze naleving op landelijke schaal te monitoren laat het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport periodiek nalevingsonderzoek uitvoeren. In dit onderzoek wordt de naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar onderzocht bij verkooppunten van verschillende verkoopkanalen voor de aankoop van alcohol en tabak. Zo wordt duidelijk in hoeverre verkopers zich houden aan de leeftijdsgrens.

ONTWIKKELING NALEVINGSCIJFERS

In 2015 was het nalevingscijfer bij alcoholverkoop 21.5%[3]. In 2016 steeg het nalevingscijfer significant tot 35.8%[4]. In 2018 was het nalevingscijfer 37.7%[5] en in 2020 was het 38.0%[6].

Voor de verkoop van tabak was het nalevingscijfer in 2015 27.4%[3].

In 2016 steeg het nalevingscijfer significant tot 43.1%[4] en in 2020 was het 50.2%[6].

ONDERZOEK EN ONDERZOEKSVRAGEN

Het doel van het landelijk nalevingsonderzoek is om op een betrouwbare en representatieve manier de gewogen totale landelijke naleving en de naleving per verkoopkanaal in 2022 vast te stellen bij zowel alcohol- als tabaksverkoop. Daarnaast is onderzocht of de nalevingscijfers voor alcohol en tabak in 2022 zijn veranderd ten opzichte van de cijfers van het vorige landelijke onderzoek in 2020[4]. In Tabel 1 en 2 staan de hoofdvragen van dit onderzoek beschreven.

Tabel 1. Hoofdvragen alcohol

HOOFDVRAGEN ALCOHOL
In hoeveel procent van de aankooppogingen kunnen jongeren van 16 of 17 jaar oud géén alcoholhoudende dranken kopen bij de verkoopkanalen avondwinkels, cafetaria's, horecagelegenheden, NS kiosken, slijterijen (borrelshops, ketenslijterijen, en zelfstandige slijterijen), sportkantines, supermarkten (ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten) en thuisbezorgkanalen (flitsbezorgers, maaltijdbezorgdiensten, thuisbezorgende landelijke ketens en webshops)?
Is de totale landelijke naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in 2022 veranderd ten opzichte van 2020?
Is de landelijke naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop per (sub) verkoopkanaal veranderd in 2022 ten opzichte van 2020?

Tabel 2. Hoofdvragen tabak

HOOFDVRAGEN TABAK
In hoeveel procent van de aankooppogingen kunnen jongeren van 16 of 17 jaar oud géén tabak kopen bij de verkoopkanalen avondwinkels, cafetaria's, supermarkten (ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten), tabaksspeciaalzaken, tankstations en thuisbezorgkanalen?
Is de totale landelijke naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop in 2022 veranderd ten opzichte van 2020?
Is de landelijke naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop per verkoopkanaal veranderd in 2022 ten opzichte van 2020?

Dit onderzoek is uitgevoerd in lijn met de methode van de nalevingsonderzoeken van 2015, 2016, 2018 en 2020[1,2,3,4]. De indeling van verkoopkanalen voor alcohol en tabak is bijna gelijk aan de indeling van het laatste nalevingsonderzoek. Hierdoor is het mogelijk om de cijfers van bijna alle (sub)verkoopkanalen van 2020 en 2022 met elkaar te vergelijken.

Voor wat betreft de cijfers bij alcoholverkoop, zijn alleen de cijfers bij het verkoopkanaal thuisbezorgkanalen niet een-op-een vergelijkbaar. In 2022 is het subverkoopkanaal flitsbezorgers in de controles voor alcohol toegevoegd.

Een andere wijziging in indeling van de verkoopkanalen voor tabak is dat, vanwege ontwikkelingen in de wetgeving voor verkoop van tabak, er geen tabaksverkoop is getoetst in het verkoopkanaal horecagelegenheden. De reden hiervoor is dat in 2022 het voor horecagelegenheden niet langer is toegestaan een tabaksautomaat te hebben - tabaksverkoop van achter de bar in horecagele-

genheden met een alcoholvergunning was al verboden volgens de Alcoholwet. Vanwege deze verschillen tussen 2020 en 2022, zijn de gewogen totale nalevingscijfers van tabak niet een-op-een vergelijkbaar. Daarom is er voor 2020 een alternatief gewogen totale nalevingscijfer berekend, waarbij het verkoopkanaal horecagelegenheden uitgesloten is.

Naast de hoofdvragen voor alcohol en tabak is ook onderzocht in hoeverre verkopers interventies toepassen tijdens het leeftijdscontroleproces, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Interventies zijn de handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftijdscontrole: leeftijd vragen, ID vragen en een hulpmiddel[II] gebruiken. De deelvragen staan in Tabel 3 beschreven.

Tabel 3. Deelvragen alcohol en tabak

DEELVRAGEN ALCOHOL EN TABAK
In hoeveel procent van de aankooppogingen wordt er bij de verschillende (sub)verkoopkanalen naar leeftijd gevraagd?
In hoeveel procent van de aankooppogingen wordt er bij de verschillende (sub)verkoopkanalen naar een geldig legitimatiebewijs gevraagd?
In hoeveel procent van de aankooppogingen wordt er bij de verschillende (sub)verkoopkanalen een hulpmiddel gebruikt bij de beoordeling van het legitimatiebewijs?
In hoeveel procent van de aankooppogingen, waarbij interventies worden ingezet, wordt de alcoholhoudende drank of tabak niet verkocht bij de verschillende (sub)verkoopkanalen?

II Verkopers kunnen een hulpmiddel gebruiken bij het controleren van de leeftijd op een legitimatiebewijs. Voorbeelden hiervan zijn: het intoetsen van de leeftijd in een kassasysteem, een ID-scanner die de leeftijd op de legitimatie uitleest of een kalender die voor elke datum de uiterste geboortedatum aangeeft.

VERMINDERING VAN DE TABAKSVERKOOP

In het Nationaal Preventieakkoord[7] staan maatregelen en afspraken om in 2040 een rookvrije generatie te hebben. Om starten met roken moeilijker te maken, en stoppen met roken makkelijker, wordt de verkoop van tabak de komende jaren stapsgewijs verminderd[6]. In tabel 4 staan deze stappen beschreven.

Tabel 4. Vermindering van de tabaksverkoop

	VERMINDERING VAN DE TABAKSVERKOOP
2022	Verbod op alle tabaksautomaten / verbod verkoop in horeca.[III]
2023	Verbod op de online verkoop van tabak.
2024	Verbod op de verkoop van tabak bij supermarkten.
Na 2030	Inzet is verdere gefaseerde afbouw van de verkoop van tabak. Eerst bij tankstations en vervolgens bij tabaks- en gemakswinkels.

III Het is vanuit de Alcoholwet verboden om kleinhandel te voeren via sigarettenautomaten (tabaksautomaten) of verkoop van sigaretten vanachter de bar. Verkoop van tabaksproducten is niet verboden bij (horeca)gelegenheden zonder alcoholvergunning.

METHODE

In dit hoofdstuk komt eerst de procedure van het uitgevoerde mysteryshoponderzoek aan bod. Vervolgens wordt er ingegaan op de wijze van steekproeftrekking. Tot slot wordt er uitleg gegeven over de analyse van de mysteryshopdata.

MYSTERYSHOPONDERZOEK

Het doel van het huidige onderzoek is om de naleving van de leeftijdsgrens door alcohol- en tabaksverkooppunten in Nederland in kaart te brengen. Het naleven van de leeftijdsgrens houdt in dat de verkoper weigert om alcohol of tabak te verkopen aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. Het nalevingsonderzoek resulteert in een nalevingscijfer: het percentage van het aantal aankooppogingen waarbij een verkoopkanaal de leeftijdsgrens bij de verkoop van alcohol- en tabaksproducten heeft nageleefd.

Om het nalevingscijfer van verschillende verkoopkanalen te meten, is in dit onderzoek gebruik gemaakt van zogenaamd mysteryshoponderzoek. Hierbij proberen 16- of 17-jarige jongeren ('mysterykids') alcohol of tabak te kopen onder begeleiding van een ervaren begeleider ('auditor'). Het gaat om een aankooppoging van één leeftijdsgebonden product. In dit onderzoek is dat voor alcohol bier, wijn, mixdrank of sterke drank en voor tabak een pakje sigaretten. Het gehanteerde onderzoeksprotocol respecteert de uitgangspunten van de Alcoholwet. Het gaat hier namelijk om een geënsceneerde aankoop: de mysterykids hebben géén intentie tot het gebruik van de gekochte alcohol of tabaksproducten, maar doen de aankoop in het kader van onderzoek. Ook wordt er rekening gehouden met ethische en juridische normen (zie Appendix A).

De mysteryshopmethode heeft zich bewezen als een valide en betrouwbare methode. De methodiek geeft namelijk een natuurgetrouwe weergave van de daadwerkelijke beschikbaarheid van alcohol of tabak voor minderjarigen met een koopintentie en geeft een realistisch beeld van de naleving van een verkoopkanaal[9].

In dit nalevingsonderzoek is de ene helft van de aankooppogingen uitgevoerd door een jongen en de andere helft door een meisje. Aan de bezochte locaties is niet teruggekoppeld dat er een mysteryshoponderzoek had plaatsgevonden. Het mysteryshoponderzoek is uitgevoerd tussen maart en juni 2022. In totaal hebben er aan dit onderzoek 114 mysterykids en 27 auditoren meegewerkt.

SELECTIE MYSTERYKIDS EN AUDITOREN

Voor dit onderzoek zijn mysterykids en auditoren geselecteerd die ervaring hebben met het uitvoeren van nalevingsonderzoek. Zij maken allen deel uit van een landelijk dekkend netwerk dat continu wordt onderhouden, zodat er altijd gekwalificeerde medewerkers ter beschikking staan. De auditoren zijn geselecteerd op basis van hun achtergrond en deskundigheid. Zij beschikken allen over een Verklaring Omtrent Gedrag (VOG). De auditoren zijn voor het onderzoek uitgebreid geïnformeerd over het onderzoeksprotocol en hun takenpakket. De auditoren staan vóór, tijdens en na de uitvoering van het nalevingsonderzoek in contact met elkaar en met het onderzoeksteam.

Ouders/verzorgers van de mysterykids krijgen voorafgaand aan het onderzoek informatie over de inhoud van nalevingsonderzoek en de achterliggende gedachte hiervan. Ook worden zij geïnformeerd over de manier waarop de mysterykids van de benodigde nazorg worden voorzien. In alle gevallen hebben de ouders/verzorgers schriftelijke toestemming gegeven voor deelname van de jongere aan het onderzoek.

PROCEDURE AANKOOPPOGINGEN

Voorbereiding
Op een veldwerkdag wordt de mysterykid door de auditor opgehaald. Tijdens mysteryshoponderzoek zijn géén uiterlijke kenmerken toegestaan (pet, zonnebril, etc.) die een eerlijke inschatting van de leeftijd van de mysterykids in de weg kunnen staan. Voor vertrek wordt dit door de auditors gecontroleerd. Ook controleert de auditor voor vertrek of de mysterykid een geldig legitimatiebewijs en een pinpas bij zich heeft. Tot slot krijgt de mysterykid de laatste instructies.

Uitvoering
Voor de betrouwbaarheid van het onderzoek is het van belang dat aankooppogingen worden uitgevoerd op momenten waarop 16- of 17-jarigen dit in werkelijkheid ook zouden doen. Daarom worden sportkantines veelal in het weekend bezocht en vinden de aankooppogingen vlak voor, tijdens of na reguliere wedstrijden van jeugdteams plaats. Horecagelegenheden worden ook zoveel mogelijk rondom het weekend bezocht. Mysterykids bezoeken enkel locaties op minstens 20 kilometer afstand van hun eigen woonplaats, om eventuele herkenning door verkopers te voorkomen. Afgezien daarvan zijn de mysterykids werkzaam binnen hun eigen regio, om het mogelijke accent van de mysterykids te laten aansluiten bij de desbetreffende regio.

Een locatie wordt over het algemeen door één mysterykid bezocht, waarbij één aankooppoging uitgevoerd wordt. Een uitzondering hierop zijn horecagelegenheden, omdat mysterykids zich hier onveilig kunnen voelen. Bij horecagelegenheden gaan mysterykids daarom in een tweetal (jongen en meisje) naar binnen. De mysterykid van het tweetal die géén aankooppoging hoeft te plegen, zorgt ervoor dat hij/zij buiten zicht is (bijvoorbeeld door gebruik te maken van het toilet) ten tijde van de aankooppoging. In dit geval vindt de communicatie tussen de mysterykids plaats via WhatsApp, zodat zij elkaar op de hoogte kunnen brengen wanneer de aankooppoging voltooid is. Wanneer een mysterykid aangeeft zich ook in een tweetal niet veilig te voelen, wordt de desbetreffende locatie op dat moment overgeslagen. De auditor bepaalt vervolgens samen met een coördinator of de locatie veilig genoeg is om op een later moment door (een) andere mysterykid(s) bezocht te worden. In het geval van een veilige locatie wordt de locatie op de onderzoekslijst voor een volgende route geplaatst. In het geval van een niet-veilige locatie wordt de locatie vervangen door een reserve locatie.

Wanneer een mysterykid naar zijn/haar leeftijd wordt gevraagd tijdens een aankooppoging, mag deze één keer jokken ('ik ben 18 jaar'). De mysterykid is wel verplicht om zijn of haar legitimatiebewijs te laten zien aan de verkoper wanneer deze hierom vraagt. Ook dient de mysterykid de locatie zonder discussie te verlaten als de aankoop geweigerd wordt.

Afronding
Om alle elementen van het aankoopproces vast te kunnen leggen, worden de geslaagde aankopen natuurgetrouw afgerond. De mysterykid rekent af via pinbetaling. Indien het gekochte product bedoeld is voor 'elders dan ter plaatse' (bijvoorbeeld bij een supermarkt), neemt de mysterykid het product mee naar de uitgang. Direct bij het verlaten van de locatie neemt de auditor vervolgens het product over. Voor het kopen van alcohol bij horecagelegenheden en sportkantines geldt echter dat de alcohol ter plaatse geconsumeerd dient te worden. In dat geval wordt de eventueel gekochte alcohol door de mysterykid onaangeroerd achtergelaten op de bar. Op deze manier blijft de alcohol onder de verantwoordelijkheid van het barpersoneel. Bovendien blijft de auditor in de buurt zodat deze, indien nodig, het onaangeroerde biertje of wijntje in bezit kan nemen en onopvallend kan verwijderen.

Aan het eind van iedere veldwerkdag worden de aankopen ingezameld en collectief vernietigd. Zodra alle locaties voor de desbetreffende veldwerkdag bezocht zijn, brengt de auditor de mysterykid(s) naar huis.

Afwijkende procedure thuisbezorgkanalen
De procedure voor het verkoopkanaal thuisbezorgkanalen wijkt op een aantal punten af van de procedure bij de andere verkoopkanalen. Bij dit verkoopkanaal worden namelijk geen fysieke verkooppunten betreden, maar vindt er een bezorging plaats op het adres waar de mysterykid zich bevindt. Op de dag dat de bezorging plaatsvindt, wordt de mysterykid op dezelfde uiterlijke kenmerken gecontroleerd als bij de algemene procedure. De auditor controleert dit op afstand door middel van foto's die de mysterykid met hem/haar deelt.

Bestellingen bij thuisbezorgende landelijke ketens en webshops worden een aantal dagen voor de aankooppoging geplaatst. Bij flitsbezorgers en maaltijdbezorgdiensten wordt de bestelling op de avond zelf geplaatst. Op de dag van de bezorging zijn de ouders aanwezig voor de veiligheid van de mysterykid. Tijdens de bezorging is het belangrijk dat de bezorger niet in de gaten heeft dat de ouders thuis zijn. Daarom opent de mysterykid altijd zelf de deur wanneer er wordt aangebeld en zijn de ouders niet zichtbaar aanwezig voor de bezorger. Eventuele auto's, die geparkeerd staan op de oprit, worden vooraf verplaatst. De auditor houdt het proces rondom de bezorging nauwlettend in de gaten via een telefoonverbinding op afstand. Ook maakt de mysterykid een geluidsopname van de bezorging.

Gedurende de leeftijdscontrole door de bezorger, handelt de mysterykid op dezelfde wijze als beschreven onder de algemene procedure. Wanneer er alcohol of tabak wordt verkocht, neemt de mysterykid het product in ontvangst en sluit hij/zij de deur. Wanneer het product niet wordt verkocht, bedankt de mysterykid de bezorger en sluit hij/zij de deur. Hierna neemt de mysterykid samen met de auditor de bezorging door, waarna de auditor de resultaten registreert. De bezorgde alcohol of tabak wordt op een later moment overhandigd aan de auditor, waarna deze collectief wordt vernietigd.

BEGELEIDING MYSTERYKIDS EN OUDERS/VERZORGERS

Elke deelnemende mysterykid volgt een training over het doen van mysteryshoponderzoek. Daarnaast wordt hij/zij gedurende elke veldwerkdag door een auditor geïnstrueerd en begeleid. Zo krijgt de mysterykid begeleiding bij het correct uitvoeren van de aankooppoging en het waarnemen van de benodigde informatie tijdens iedere aankooppoging. De auditoren zijn tijdens een veldwerkdag verantwoordelijk voor het welzijn en de veiligheid van de mysterykids en gaan hierbij uit van de Arbowet en de Arbeidstijdenwet. Wanneer een mysterykid aangeeft een locatie niet te willen bezoeken, of de veldwerkdag te willen afbreken, dan luistert de auditor hiernaar. De resterende locaties worden vervolgens opnieuw ingepland om op een later tijdstip te bezoeken. Naast de begeleiding die de mysterykids tijdens een veldwerkdag ontvangen, worden de mysterykids ook voorzien van de benodigde nazorg. Zo krijgen ze informatie over de nadelige effecten van alcohol op het jonge brein en wordt deze kennis regelmatig getoetst. Bovendien kunnen de mysterykids te allen tijde contact opnemen met een toegewezen contactpersoon om hun ervaringen te delen.

GEMETEN VARIABELEN

In dit onderzoek worden verschillende variabelen gemeten om de naleving in kaart te brengen. Allereerst wordt onderzocht of er bij een aankoop van alcohol of tabak door de verkoper naar leeftijd en/

of legitimatiebewijs wordt gevraagd en of er een hulpmiddel wordt gebruikt bij het beoordelen van het legitimatiebewijs. Daarom wordt bij iedere aankooppoging het volgende vastgesteld:

- Heeft de verkoper de mysterykid naar zijn/haar leeftijd gevraagd?
- Heeft de verkoper de mysterykid naar een geldig legitimatiebewijs gevraagd?
- Heeft de verkoper (waarneembaar) gebruik gemaakt van een hulpmiddel om de leeftijd van de mysterykid te controleren?
- Daarnaast wordt onderzocht of de verkoper alcohol of tabak verkoopt aan de mysterykid:
- Heeft de verkoper de verkoop geweigerd?
- Bij enkele verkoopkanalen is er sprake van extra metingen op de naleving, namelijk:
- Hoe hoog is de naleving bij tabaksautomaten? (cafetaria's)
- Hoe hoog is de naleving bij onbemenste kassa's? (ketensupermarkten)

STEEKPROEF

Om uitspraken te kunnen doen over de nalevingscijfers van de verschillende verkoopkanalen, is het van belang een representatieve steekproef te trekken. Om de grootte van deze steekproef te bepalen, zijn er drie parameters nodig: populatiegrootte, betrouwbaarheidsniveau en spreiding. Deze parameters leiden tot een minimum aantal locaties dat per (sub)verkoopkanaal bezocht moet worden om gefundeerde uitspraken over de naleving te kunnen doen. De drie parameters worden hieronder besproken. Vervolgens wordt beschreven hoe de representativiteit in dit onderzoek is gewaarborgd.

Populatiegrootte

De eerste parameter om de benodigde steekproefgrootte te kunnen bepalen, is de populatiegrootte, ofwel het totale aanbod van alcohol- en tabaksverkooppunten in Nederland. De populatiegrootte van de verschillende (sub)verkoopkanalen - uitgezonderd van thuisbezorgkanalen - is vastgesteld op basis van verschillende bronnen: websites van ketens, KvK, databestanden van sportbonden, eigen databestanden en diverse zoekopdrachten op internet.

In het verkoopkanaal thuisbezorgkanalen is niet bekend hoeveel locaties onder dit verkoopkanaal vallen. Op basis van internetresearch kan geconcludeerd worden dat dit verkoopkanaal onuitputtelijk is. Alleen al het subverkoopkanaal *maaltijdbezorgdiensten* is in principe ongelimiteerd. Een vuistregel bij wetenschappelijk onderzoek is dat er bij een onbekende of oneindige populatie uitgegaan kan worden van een populatie van 20.000. De benodigde steekproefgrootte neemt boven dit aantal namelijk nauwelijks meer toe. Indien dit aantal per subverkoopkanaal bezocht zou moeten worden, zou het aantal bestellingen bij de thuisbezorgkanalen dermate groot zijn, dat de praktische uitvoerbaarheid van het onderzoek in gevaar zou komen. Daarom is ervoor gekozen om voor alcohol de populatie van 20.000 enkel aan te houden op hoofdniveau en de benodigde locaties eenredig te verdelen over de drie subniveaus. Voor tabaksaankopen bij thuisbezorgkanalen is er binnen de scope van het onderzoek gekozen om een indicatief nalevingscijfer te geven op hoofdniveau.

Betrouwbaarheidsniveau

De tweede parameter is het betrouwbaarheidsniveau van de resultaten. In dit onderzoek is voor bijna elk verkoopkanaal en subverkoopkanaal een minimaal betrouwbaarheidsniveau van 90% gehanteerd. Dit betekent dat met 90% zekerheid gezegd kan worden dat het nalevingscijfer dat gevonden wordt in de steekproef

overeenkomt met de naleving van de gehele (sub)populatie. Dit betrouwbaarheidsniveau valt binnen de wetenschappelijke onderzoeksrichtlijnen.

Voor alcoholaankopen binnen het verkoopkanaal thuisbezorgkanalen geldt dat er op subniveau niet is vastgehouden aan het minimale betrouwbaarheidsniveau van 90%. In plaats daarvan is het aantal bestellingen dat nodig was om 90% betrouwbaarheid te garanderen op hoofdniveau, ongeveer gelijk verdeeld over de subniveaus.

Bij tabaksaankopen in cafetaria's viel het betrouwbaarheidsniveau lager uit (74%) vanwege de moeilijkheid om nog cafetaria's te vinden die tabak verkopen - een ontwikkeling die in wezen positief is voor de doelen van het Nationaal Preventieakkoord. Bij tabaksaankopen in thuisbezorgkanalen is er geen sprake van een minimaal betrouwbaarheidsniveau, omdat het hier gaat om een indicatief nalevingscijfer. Ook binnen dit verkoopkanaal bleek het een uitdaging om verkopers van tabak te vinden.

Spreiding

De derde parameter om de juiste steekproefgrootte te kunnen bepalen, is de spreiding. Hiermee wordt de geschatte verdeling van de variabelen in de populatie bedoeld. In dit geval gaat het om de variabele 'naleving'. Bijvoorbeeld, als een naleving van 80% wordt verwacht, hoort daar een verwachte spreiding van 80% bij. Door deze verwachte spreiding mee te nemen in de berekening, zal de benodigde steekproefgrootte afnemen. Wanneer er geen onderbouwde verwachting bestaat over de verdeling van de variabele 'naleving', is het de wetenschappelijke standaard om uit te gaan van een spreiding van 50%. Dit leidt tot de maximale steekproefgrootte. Om een keuze te kunnen maken, is het verloop van de naleving in voorgaande jaren bekeken. Er was geen significant verschil[IV] tussen de nalevingscijfers voor alcohol van verkoopkanalen in 2016 en 2018. Tussen 2015 en 2016 was er wel sprake van een significante verandering in de naleving van 5 uit de 7 bezochte verkoopkanalen. Tussen 2018 en 2020 verschilden 4 van de 7 verkoopkanalen significant. Bij tabak was er tussen 2015 en 2016 sprake van een significant verschil in de naleving bij 4 uit de 7 bezochte verkoopkanalen, tussen 2016 en 2020 was er een significant verschil bij 1 van de 6 verkoopkanalen. Deze variatie geeft reden om te concluderen dat er geen betrouwbare voorspelling gedaan kan worden van de naleving van de verschillende verkoopkanalen in 2022. Daarom is er gekozen voor een spreidingsmaat van 50%.

Representatieve steekproef

Het is van belang dat de onderzoeksresultaten een goede weerspiegeling geven van de situatie in Nederland. In 2022 is een nieuwe methode voor de steekproeftrekking toegepast. Landelijke representativiteit wordt gewaarborgd door per populatie (bijvoorbeeld 'alcoholverstrekkers') en per (sub)verkoopkanaal een aselecte steekproef te trekken. Een steekproef waarbij iedere locatie uit de populatie dezelfde kans heeft om in de steekproef terecht te komen. In een aselecte steekproef heeft elke locatie uit een (sub) verkoopkanaal een even grote kans om in de steekproef terecht te komen. In de uiteindelijke steekproef kunnen er dus locaties voorkomen in alle windstreken en in de diverse gemeentegroottes.

In vorige landelijke nalevingsonderzoeken werden er gestratificeerde aselecte steekproeven getrokken (met uitzondering van thuisbezorgkanalen[V]) Elk verkoopkanaal werd opgesplitst in vier regio's, die weer opgesplitst werden in drie categorieën van gemeentegrootte.

IV Een significant verschil houdt in dat het onwaarschijnlijk is dat het gevonden verschil op toeval berust.

V Bij thuisbezorgkanalen zijn de thuisbezorgende partijen aan de hand van de adressen van mysterykids geselecteerd, om ervoor te zorgen dat er genoeg verkopers gevonden zouden worden, die in de juiste gebieden bezorgen. Bij maaltijdbezorgdiensten zijn de locaties gefilterd volgens de functie 'Aanbevolen' op thuisbezorgwebsites en is vervolgens het aantal benodigde restaurants van boven naar beneden geselecteerd.

Daarnaast werden de verkoopkanalen sportkantines, supermarktketens en borrelshops nog een keer opgesplitst in respectievelijk sporttype (voetbal, hockey, tennis en zaalsport) en keten. Dit soort gedetailleerde gestratificeerde methodes zijn voornamelijk bedoeld om uitspraken te doen over de subgroepen. Het doel van het landelijk onderzoek is echter om uitspraken te doen over de overkoepelende (sub)verkoopkanalen. Ook is deze gestratificeerde methode minder geschikt om per (sub)verkoopkanaal rekening te houden met de scheve verdeling van locaties per regio - bijvoorbeeld naar schatting zit 65% van de avondwinkels in het westen van Nederland. In 2022 is daarom besloten dat het de representativiteit van de steekproef ten goede komt om te werken met een aselecte steekproef op basis van populaties en (sub)verkoopkanalen.

Steekproef opschonen
Het totale aanbod in Nederland, verdeeld over de verschillende verkoopkanalen, is verkregen uit gegevens van verschillende bronnen (zie 'Populatiegrootte'). Deze bronnen representeren echter niet altijd het daadwerkelijke aanbod. Zo komt het geregeld voor dat bepaalde locaties niet meer bestaan (bijvoorbeeld horecagelegenheden) of niet het juiste verkoopkanaal representeren (bijvoorbeeld dat de locatie valt in het verkoopkanaal horecagelegenheden in plaats van cafetaria's). Daarom zijn de locaties in de steekproef via vooronderzoek op internet gecontroleerd op zaken zoals een mogelijk faillissement of een verandering van verkoopkanaal. Wanneer een locatie niet geschikt was voor het onderzoek, is deze verwijderd uit de steekproef en vervangen door een locatie die tijdens de steekproeftrekking als reservelocatie was gemarkeerd.

Beschikbaarheidsonderzoek
Op basis van eerdere nalevingsonderzoeken is bekend dat veel cafetaria's en zelfstandige supermarkten geen alcohol en/of tabak verkopen. Dat kan voor veel uitval van locaties zorgen. Daarom is er na het trekken van de steekproef een beschikbaarheidsonderzoek uitgevoerd. Bij de genoemde verkoopkanalen is telefonisch gecontroleerd of zij alcohol en/of tabak verkochten aan de hand van een belscript. Wanneer een locatie het product niet verkocht, is deze locatie verwijderd uit de steekproef. Vervolgens worden ook reserve locaties gecontroleerd, totdat er voldoende locaties gevonden zijn.

Het opschonen van de steekproef en het uitvoeren van beschikbaarheidsonderzoek leidt soms tot een afname van de populatiegrootte. Op basis van extrapolatie van de uitvalcijfers wordt een herijking van de populatie toegepast. De benodigde (kleinere) steekproefgrootte wordt met behulp van de gecorrigeerde populatiegrootte opnieuw berekend.

Totale steekproef
In Tabel 5 staat het aantal uitgevoerde alcoholaankopen per (sub) verkoopkanaal. In Tabel 6 staat het aantal uitgevoerde tabaksaankopen per (sub)verkoopkanaal.

Tabel 5. Aantal uitgevoerde aankooppogingen op alcohol per (sub)verkoopkanaal.

VERKOOPKANAAL	TOTAAL
Avondwinkels	**96**
Cafetaria's	**282**
Horecagelegenheden	**266**
NS kiosken	**89**
Slijterijen	**646**
• Borrelshops	256
• Ketenslijterijen	206
• Zelfstandige slijterijen	184
Sportkantines	**264**
Supermarkten	**403**
• Keten-supermarkten	290
• Zelfstandige supermarkten	113
Thuisbezorgkanalen	**384**
• Flitsbezorgers	90
• Maaltijd-bezorgdiensten	100
• Thuisbezorgende landelijke ketens	104
• Webshops	90
Totaal	**2430**

Tabel 6. Aantal uitgevoerde aankooppogingen op tabak per verkoopkanaal.

VERKOOPKANAAL	TOTAAL
Avondwinkels	**96**
Cafetaria's	**104**
Supermarkten	**350**
• Keten-supermarkten	261
• Zelfstandige supermarkten	89
Tabaksspeciaalzaken	**237**
Tankstations	**239**
Thuisbezorgkanalen	**86**
Totaal	**1112**

AANKOOPPOGINGEN ALCOHOL BIJ ONBEMENSTE KASSA'S

In verschillende ketensupermarkten is niet alleen meer sprake van bemenste kassa's, maar zijn er ook onbemenste kassa's aanwezig. Om te onderzoeken of er een verschil bestaat in de naleving tussen beide typen kassa's, is een deel van de alcoholaankooppogingen in ketensupermarkten bij onbemenste kassa's uitgevoerd. Hiertoe is per supermarktketen gekeken naar het aantal winkels met bemenste kassa's, het aantal winkels met onbemenste kassa's en het aantal winkels met zowel bemenste als onbemenste kassa's. De verhouding tussen het aantal bemenste kassa's en het aantal onbemenste kassa's is hierna per supermarktketen berekend. Vervolgens zijn de aankooppogingen bij de betreffende keten in dezelfde verhouding uitgevoerd.

ANALYSE

Allereerst is per (sub)verkoopkanaal en per product (alcohol of tabak) het nalevingscijfer van de leeftijdsgrens in 2022 berekend. Hierbij is ook berekend hoe vaak verkopers naar leeftijd hebben gevraagd, hoe vaak zij om een legitimatiebewijs hebben gevraagd en of er hulpmiddelen zijn gebruikt bij het controleren van het legitimatiebewijs. Daarnaast is voor zowel alcohol als voor tabak een totaal landelijk nalevingscijfer berekend. Voor de berekeningen is gebruik gemaakt van puntprevalenties, betrouwbaarheidsintervallen en weegfactoren. Deze worden hieronder toegelicht. Vervolgens wordt ook uitgelegd hoe de verschillen in naleving berekend zijn.

Puntprevalenties en betrouwbaarheidsintervallen

De nalevingscijfers zijn berekend door de frequentie van naleving te delen door het totale aantal aankooppogingen. Per verkoopkanaal zijn de frequenties en percentages (puntprevalenties) gerapporteerd. Daarnaast zijn voor alle nalevingspercentages betrouwbaarheidsintervallen (BI)[VI] berekend met behulp van de Wilson Score. Het 95%-BI van een gemeten percentage geeft aan dat als deze meting 100 maal wordt herhaald, de gemeten waarde 95 maal binnen dit interval zal liggen. Bijvoorbeeld, wanneer de puntschatting 20.2% bedraagt met een 95% BI van 16.1% tot 25.1%, dan zal het nalevingscijfer bij 95 van 100 herhaalde metingen tussen de 16.1% en 25.1% vallen. De breedte van het BI geeft de precisie van de schatting weer; hoe smaller het BI, hoe preciezer de schatting van het werkelijke nalevingscijfer is.

Gewogen totale nalevingscijfers

Om voor zowel alcoholverkoop als tabaksverkoop tot een landelijk nalevingscijfer te komen, dient er rekening gehouden te worden met het relatieve aandeel verkooppunten van elk (sub)verkoopkanaal binnen het totale aantal verkooppunten in Nederland (populatiegrootte). Dit is mogelijk door gebruik te maken van weegfactoren. Voor elk (sub)verkoopkanaal is er een weegfactor bepaald door de proportie van het (sub)verkoopkanaal in het totale aantal verkooppunten te delen door de proportie van het (sub)verkoopkanaal in de steekproef. Vervolgens is bij ieder (sub)verkoopkanaal de corresponderende weegfactor op het nalevingscijfer toegepast. Dit resulteerde in een gewogen totaal nalevingscijfer voor alcoholverkoop en voor tabaksverkoop. Hierbij is het verkoopkanaal *thuisbezorgkanalen* geëxcludeerd gezien er geen realistische schatting van het totale aantal verkooppunten gemaakt kon worden.

Verschillen tussen nalevingscijfers

Naast de berekening van de actuele nalevingscijfers, is ook berekend of er verschillen bestaan in de naleving alcoholverkoop tussen 2020 en 2022 en in de naleving tabaksverkoop tussen 2020 en 2022.

Ten eerste is voor zowel alcoholverkoop als voor tabaksverkoop berekend of de naleving per verkoopkanaal veranderd is. Ten tweede is voor beide berekend of er een verschil is tussen de gewogen totale nalevingscijfers van de verschillende jaren.
In 2022 zijn er voor tabak geen aankooppogingen uitgevoerd bij horecagelegenheden, waardoor het misleidend zou zijn om dit totale gewogen nalevingscijfer te vergelijken met die van 2020 waar dit verkoopkanaal wel onderzocht is. Daarom is er voor de vergelijking een alternatief gewogen totale nalevingscijfer voor 2020 berekend, waarbij het verkoopkanaal horecagelegenheden uitgesloten is.

De totale gewogen nalevingscijfers zijn exclusief thuisbezorgkanalen, dus het toevoegen van het subverkoopkanaal flitsbezorgers bij alcohol had geen invloed op de vergelijkbaarheid met het cijfer van 2020.

In Figuur 5 en 6 zijn de verschillen schematisch weergegeven.

VI Het betrouwbaarheidsinterval is iets anders dan het eerder genoemde betrouwbaarheidsniveau. Het betrouwbaarheidsniveau geeft aan in hoeverre het zeker is dat het gemiddelde van de populatie in dit betrouwbaarheidsinterval zit.

Figuur 5. Verschillen tussen de indeling van de verkoopkanalen alcohol tussen 2020 en 2022

2020	2022
Avondwinkels	Avondwinkels
Cafetaria's	Cafetaria's
Horecagelegenheden	Horecagelegenheden
NS Kiosken	NS Kiosken
Slijterijen	Slijterijen
• Borrelshops	• Borrelshops
• Ketenslijterijen	• Ketenslijterijen
• Zelfstandige slijterijen	• Zelfstandige slijterijen
Sportkantines	Sportkantines
Supermarkten	Supermarkten
• Ketensupermarkten	• Ketensupermarkten
• Zelfstandige supermarkten	• Zelfstandige supermarkten
Thuisbezorgkanalen	Thuisbezorgkanalen
X	**• Flitsbezorgers**
• Maaltijdbezorgdiensten	• Maaltijdbezorgdiensten
• Thuisbezorgende landelijke ketens	• Thuisbezorgende landelijke ketens
• Webshops	• Webshops

Figuur 6. Verschillen tussen de indeling van de verkoopkanalen tabak tussen 2020 en 2022

2020	2022
Avondwinkels	Avondwinkels
Cafetaria's	Cafetaria's
Horecagelegenheden	X
Supermarkten	Supermarkten
• Ketensupermarkten	• Ketensupermarkten
• Zelfstandige supermarkten	• Zelfstandige supermarkten
Tabaksspeciaalzaken	Tabaksspeciaalzaken
Tankstations	Tankstations
Thuisbezorgkanalen	Thuisbezorgkanalen
• Maaltijdbezorgdiensten	• Maaltijdbezorgdiensten
• Thuisbezorgende landelijke ketens	• Thuisbezorgende landelijke ketens
• Webshops	• Webshops

Significante verschillen

Om te bepalen of een verschil tussen nalevingscijfers berust op toeval of op een werkelijk verschil, kan gekeken worden naar de mate van overlap tussen de betrouwbaarheidsintervallen (BI's). Er mag van een significant verschil gesproken worden als de BI's elkaar niet overlappen. Bijvoorbeeld, wanneer het BI van nalevingscijfer A tussen de 53.6% en de 64.7% ligt en dat van nalevingscijfer B tussen 65.9% en 76.9%, is er geen overlap tussen de betrouw-

baarheidsintervallen. Er is hier een significant verschil tussen de nalevingscijfers.

Als de twee BI's wel overlappen, is er meer informatie nodig om een conclusie te trekken. In dat geval wordt het 95%-BI om het verschil tussen nalevingscijfer A en nalevingscijfer B berekend. Als dit 95%-BI de waarde 0% bevat, kan geconcludeerd worden dat de twee nalevingscijfers niet significant verschillen. Bevat het BI niet de waarde 0%, dan verschillen de nalevingscijfers wel significant van elkaar. Ook voor het 95%-BI om een verschil geldt: hoe kleiner het interval, hoe preciezer de schatting van het werkelijke verschil in naleving. Daarnaast geldt dat het interval steeds kleiner wordt bij een groter aantal aankooppogingen.

RESULTATEN

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek beschreven. Het hoofdstuk bestaat uit twee delen. In het eerste deel komen de resultaten voor alcoholverkoop aan bod. In het tweede deel worden de resultaten beschreven voor tabaksverkoop.

In beide delen wordt eerst het gewogen totale nalevingscijfer gerapporteerd en vervolgens de cijfers per (sub)verkoopkanaal. Hierbij wordt ook aandacht besteed aan de resultaten per stap in het leeftijdscontroleproces. Elk deel wordt afgesloten met het rapporteren van de veranderingen in naleving tussen het huidige landelijke nalevingsonderzoek (2022) en het vorige landelijke nalevingsonderzoek (2020). In Appendix B zijn de bijbehorende betrouwbaarheidsintervallen en significantietoetsen opgenomen.

RESULTATEN ALCOHOLVERKOOP

Naleving bij alcoholverkoop in 2022

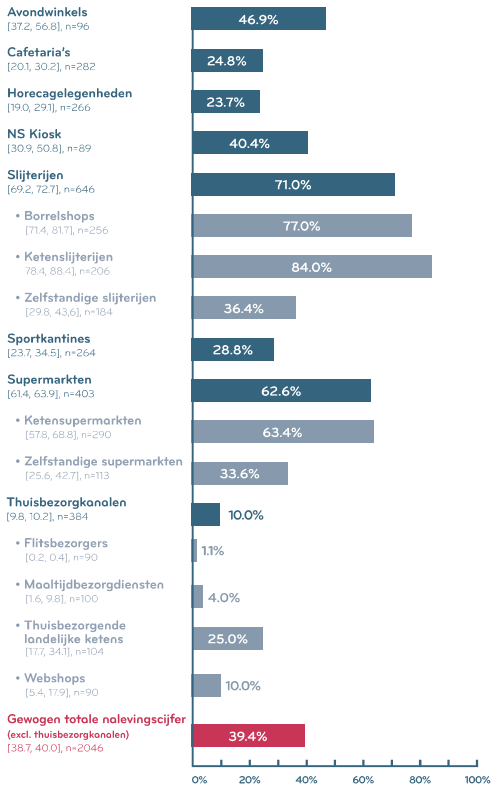
Het gewogen totale nalevingscijfer voor alcoholverkoop bij alle verkoopkanalen (exclusief thuisbezorgkanalen[VII]) in 2022 is 39.4%. Gemiddeld wordt de leeftijdsgrens bij verkoop van alcohol dus in 39.4% van de gevallen nageleefd. Figuur 7 geeft het gewogen totale nalevingscijfer en de nalevingscijfers per verkoopkanaal weer.

Bij 45 van de 96 aankooppogingen bij avondwinkels is er nageleefd (46.9%). Bij cafetaria's is er bij 70 van de 282 aankooppogingen nageleefd (24.8%). Bij de horecagelegenheden is er bij 63 van de

VII Dit verkoopkanaal is niet meegenomen in het gewogen totale nalevingscijfer voor alcoholverkoop omdat er geen realistische schatting van het totale aanbod van thuisbezorgkanalen gemaakt kan worden.

266 aankooppogingen nageleefd (23.7%). Bij 36 van de 89 aankooppogingen bij NS kiosken is er nageleefd (40.4%). De gewogen totale naleving van het overkoepelende verkoopkanaal slijterijen is 71.0%. Onder dit verkoopkanaal vallen de volgende subverkoopkanalen: borrelshops, met een naleving van 77.0% (197 van 256), ketenslijterijen met een naleving van 84.0% (173 van 206) en zelfstandige slijterijen met een naleving van 36.4% (67 van 184). Bij sportkantines is er bij 76 van de 264 aankooppogingen nageleefd (28.8%). De gewogen naleving van het overkoepelende verkoopkanaal supermarkten is 62.6%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Bij ketensupermarkten is er bij 184 van de 290 aankooppogingen nageleefd (63.4%). Bij zelfstandige supermarkten is er bij 38 van de 113 aankooppogingen nageleefd (33.6%). De gewogen naleving van het overkoepelende verkoopkanaal thuisbezorgkanalen is 10.0%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen: flitsbezorgers, maaltijdbezorgdiensten, thuisbezorgende landelijke ketens en webshops. Bij flitsbezorgers is er bij 1 van de 90 bestellingen nageleefd (1.1%). Bij maaltijdbezorgdiensten is er bij 4 van de 100 bestellingen nageleefd (4.0%). Bij thuisbezorgende landelijke ketens is er bij 26 van de 104 bestellingen nageleefd (25.0%). Bij webshops is er bij 9 van de 90 bestellingen nageleefd (10.0%).

Figuur 7. Gewogen totale nalevingscijfer en nalevingscijfer alcohol per verkoopkanaal 2022



NALEVING ALCOHOLVERKOOP
AVONDWINKELS

INTERVENTIES

Bij 33 van de 96 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (34.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

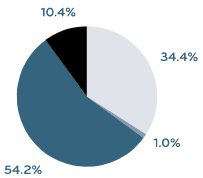
Bij 1 van de 96 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (1.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 52 van de 96 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (54.2%). Dit leidde in 39 gevallen tot naleving (75.0%).

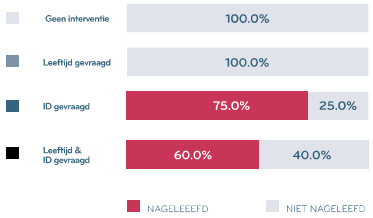
Bij 10 van de 96 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (10.4%). Dit leidde in 6 gevallen tot naleving (60.0%).

Interventies

n=96



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 62 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 1 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (1.6%).

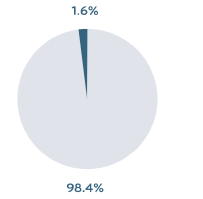
- 1 verkoper gebruikte een ID-scanner.

In dit geval leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

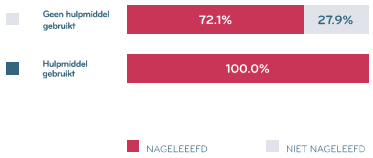
Van de 61 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (98.4%), is er 44 keer nageleefd (72.1%).

Hulpmiddelgebruik

n=62



Naleving

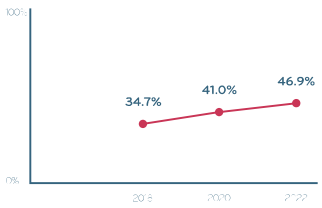


NALEVING

Bij 45 van de 96 aankooppogingen is er nageleefd (46.9%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (41.0%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
AVONDWINKELS

46.9%

[37.2, 56.8]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
CAFETARIA'S

INTERVENTIES

Bij 158 van de 282 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (56.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

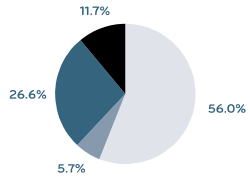
Bij 16 van de 282 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (5.7%). Dit leidde in 1 geval tot naleving (6.3%).

Bij 75 van de 282 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (26.6%). Dit leidde in 44 gevallen tot naleving (58.7%).

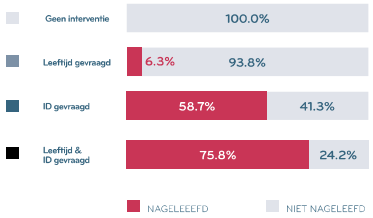
Bij 33 van de 282 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (11.7%). Dit leidde in 25 gevallen tot naleving (75.8%).

Interventies

n=282



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 108 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 8 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (7.4%).

- 8 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

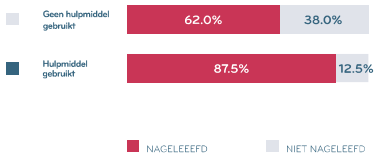
In 7 van de 8 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (87.5%).

Van de 100 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (92.6%), is er 62 keer nageleefd (62.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=108

Naleving

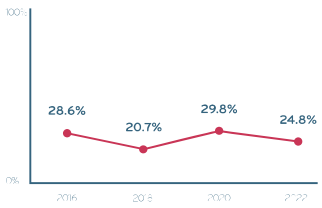


NALEVING

Bij 70 van de 282 aankooppogingen is er nageleefd (24.8%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (29.8%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
CAFETARIA'S

24.8%

[20.1, 30.2]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
HORECAGELEGENHEDEN

INTERVENTIES

Bij 161 van de 266 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (60.5%). Dit leidde in 1 geval tot naleving (0.6%).

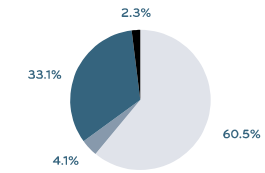
Bij 11 van de 266 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (4.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 88 van de 266 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (33.1%). Dit leidde in 58 gevallen tot naleving (65.9%).

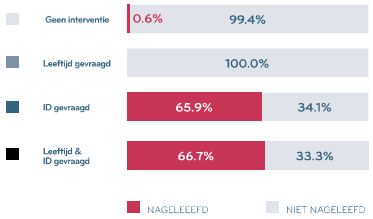
Bij 6 van de 266 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (2.3%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (66.7%).

Interventies

n=266



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 94 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 4 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (4.3%).

- 2 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 2 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

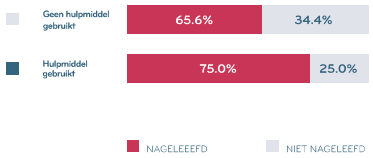
In 3 van de 4 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (75.0%).

Van de 90 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (95.7%), is er 59 keer nageleefd (65.6%).

Hulpmiddelgebruik

n=94

Naleving

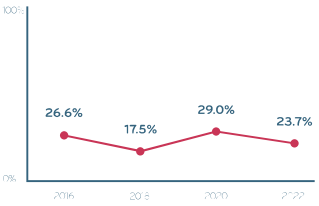


NALEVING

Bij 63 van de 266 aankooppogingen is er nageleefd (23.7%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (29.0%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
HORECAGELEGENHEDEN

23.7%

[19.0, 29.1]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
NS KIOSKEN

INTERVENTIES

Bij 29 van de 89 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (32.6%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

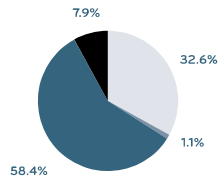
Bij 1 van de 89 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (1.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 52 van de 89 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (58.4%). Dit leidde in 32 gevallen tot naleving (61.5%).

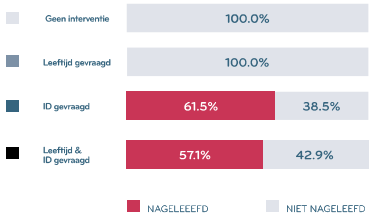
Bij 7 van de 89 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (7.9%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (57.1%).

Interventies

n=89



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 59 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 4 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (6.8%).

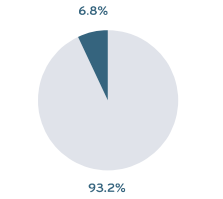
- 1 verkoper gebruikte een pop-up in het kassasysteem;
- 3 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 3 van de 4 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (75.0%).

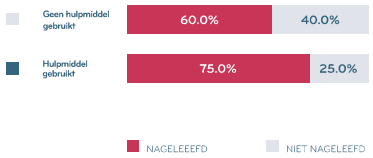
Van de 55 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (93.2%), is er 33 keer nageleefd (60.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=59



Naleving

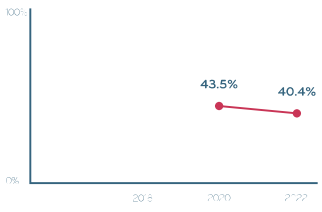


NALEVING

Bij 36 van de 89 aankooppogingen is er nageleefd (40.4%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (43.5%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
NS KIOSKEN

40.4%

[30.9, 50.8]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP SLIJTERIJEN

71.0%

[69.2, 72.7]

In dit onderzoek zijn er drie subverkoopkanalen bezocht die vallen onder het verkoopkanaal slijterijen: borrelshops, ketenslijterijen en zelfstandige slijterijen. Het gewogen totale nalevingscijfer van het verkoopkanaal slijterijen bedraagt 71.0%. Op de volgende pagina's worden per subverkoopkanaal de nalevingscijfers gerapporteerd en wordt weergegeven welke interventies er zijn toegepast.

NALEVING ALCOHOLVERKOOP **BORRELSHOPS**

INTERVENTIES

Bij 42 van de 256 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (16.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

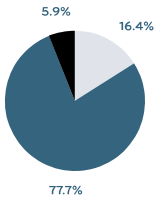
Bij 0 van de 256 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 199 van de 256 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (77.7%). Dit leidde in 182 gevallen tot naleving (91.5%).

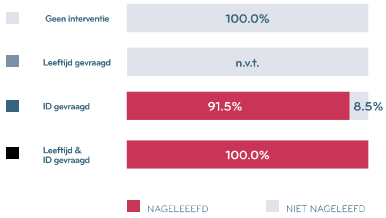
Bij 15 van de 256 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (5.9%). Dit leidde in 15 gevallen tot naleving (100.0%).

Interventies

n=256



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 214 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 143 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (66.8%).

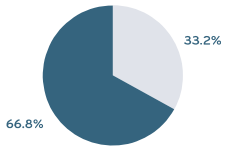
- 6 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 132 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 5 verkopers gebruikten een ID-scanner.

In 140 van de 143 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (97.9%).

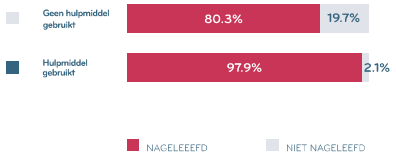
Van de 71 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (33.2%), is er 57 keer nageleefd (80.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=214



Naleving

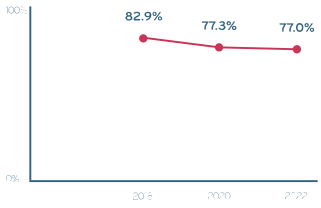


NALEVING

Bij 197 van de 256 aankooppogingen is er nageleefd (77.0%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (77.3%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
BORRELSHOPS

77.0%

[71.4, 81.7]

bureau objectief

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
KETENSLIJTERIJEN

INTERVENTIES

Bij 24 van de 206 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (11.7%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

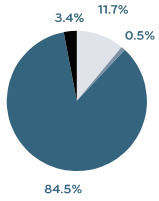
Bij 1 van de 206 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.5%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 174 van de 206 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (84.5%). Dit leidde in 167 gevallen tot naleving (96.0%).

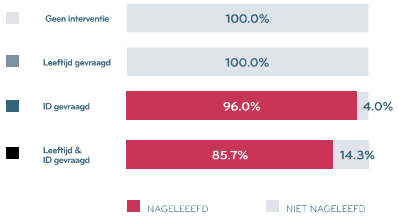
Bij 7 van de 206 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (3.4%). Dit leidde in 6 gevallen tot naleving (85.7%).

Interventies

n=206



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 181 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 98 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (54.1%).

- 2 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 93 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 3 verkopers gebruikten een ID-scanner.

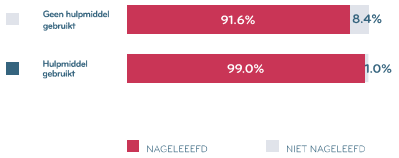
In 97 van de 98 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (99.0%).

Van de 83 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (45.9%), is er 76 keer nageleefd (91.6%).

Hulpmiddelgebruik

n=181

Naleving

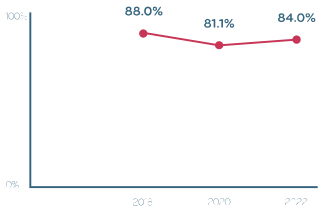


NALEVING

Bij 173 van de 206 aankooppogingen is er nageleefd (84.0%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (81.1%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
KETENSLIJTERIJEN

84.0%

[78.4, 88.4]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
ZELFSTANDIGE SLIJTERIJEN

INTERVENTIES

Bij 88 van de 184 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (47.8%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

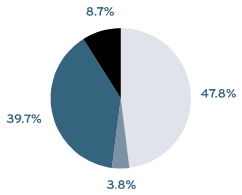
Bij 7 van de 184 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (3.8%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 73 van de 184 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (39.7%). Dit leidde in 56 gevallen tot naleving (76.7%).

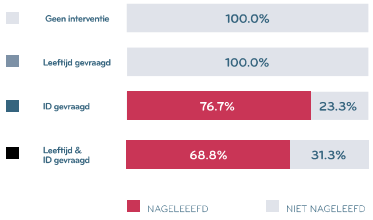
Bij 16 van de 184 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (8.7%). Dit leidde in 11 gevallen tot naleving (68.8%).

Interventies

n=184



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 89 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 3 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (3.4%).

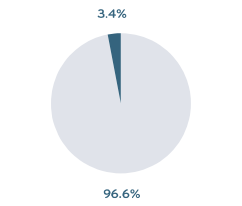
- 3 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 3 van de 3 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

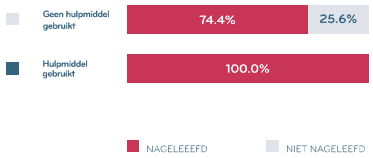
Van de 86 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (96.6%), is er 64 keer nageleefd (74.4%).

Hulpmiddelgebruik

n=89



Naleving

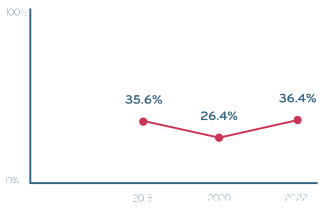


NALEVING

Bij 67 van de 184 aankooppogingen is er nageleefd (36.4%).

De naleving in 2022 verschilt significant van de naleving in 2020 (26.4%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
ZELFSTANDIGE SLIJTERIJEN

36.4%

[29.8, 43.6]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP **SPORTKANTINES**

INTERVENTIES

Bij 151 van de 264 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (57.2%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

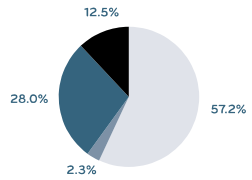
Bij 6 van de 264 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (2.3%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 74 van de 264 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (28.0%). Dit leidde in 53 gevallen tot naleving (71.6%).

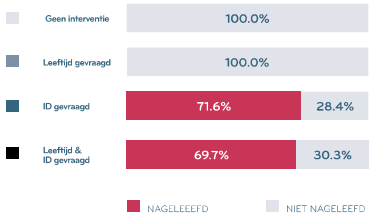
Bij 33 van de 264 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (12.5%). Dit leidde in 23 gevallen tot naleving (69.7%).

Interventies

n=264



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 107 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 10 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (9.3%).

- 4 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 3 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 2 verkopers gebruikten een ID-scanner;
- 1 verkoper gebruikte een briefje met daarop de minimale geboortedatum.

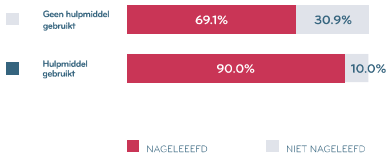
In 9 van de 10 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (90.0%).

Van de 97 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (90.7%), is er 67 keer nageleefd (69.1%).

Hulpmiddelgebruik

n=107

Naleving

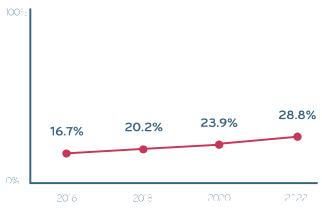


NALEVING

Bij 76 van de 264 aankooppogingen is er nageleefd (28.8%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (23.9%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
SPORTKANTINES

28.8%

[23.7, 34.5]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP SUPERMARKTEN

62.6%

[61.4, 63.9]

In dit onderzoek zijn er twee subverkoopkanalen bezocht die vallen onder het verkoopkanaal supermarkten, namelijk ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Het gewogen nalevingscijfer van het verkoopkanaal supermarkten bedraagt 62.6%. Op de volgende pagina's worden per subverkoopkanaal de nalevingscijfers gerapporteerd en wordt weergegeven welke interventies er zijn toegepast.

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
KETENSUPERMARKTEN

INTERVENTIES

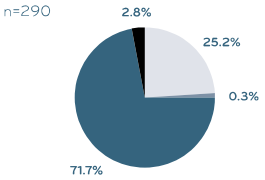
Bij 73 van de 290 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (25.2%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 1 van de 290 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.3%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

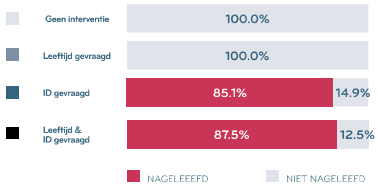
Bij 208 van de 290 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (71.7%). Dit leidde in 177 gevallen tot naleving (85.1%).

Bij 8 van de 290 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (2.8%). Dit leidde in 7 gevallen tot naleving (87.5%).

Interventies



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

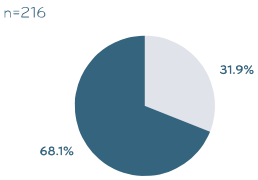
Van de 216 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 147 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (68.1%).

- 1 verkoper gebruikte een pop-up in het kassasysteem;
- 138 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 8 verkopers gebruikten een ID-scanner.

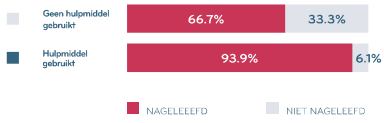
In 138 van de 147 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (93.9%).

Van de 69 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (31.9%), is er 46 keer nageleefd (66.7%).

Hulpmiddelgebruik



Naleving



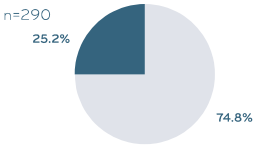
BEMENSTE KASSA / ONBEMENSTE KASSA

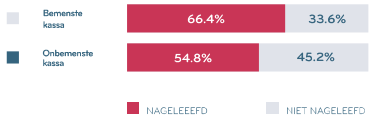
Van de 290 aankooppogingen bij ketensupermarkten zijn 217 aankooppogingen (74.8%) uitgevoerd bij bemenste kassa's en 73 aankooppogingen bij onbemenste kassa's (25.2%).

Van de 217 aankooppogingen bij bemenste kassa's is er 144 keer nageleefd (66.4%). Van de 73 aankooppogingen bij onbemenste kassa's is er 40 keer nageleefd (54.8%).

De naleving bij bemenste kassa's verschilt niet significant van de naleving bij onbemenste kassa's.

Bemenste kassa / onbemenste kassa



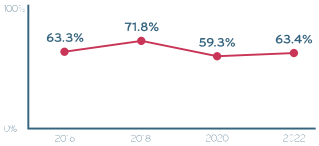


NALEVING

Bij 184 van de 290 aankooppogingen is er nageleefd (63.4%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (59.3%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
KETENSUPERMARKTEN

63.4%

[57.8, 68.8]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
ZELFSTANDIGE SUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 62 van de 113 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (54.9%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

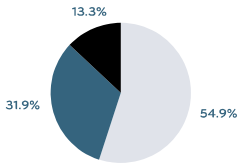
Bij 0 van de 113 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 36 van de 113 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (31.9%). Dit leidde in 29 gevallen tot naleving (80.6%).

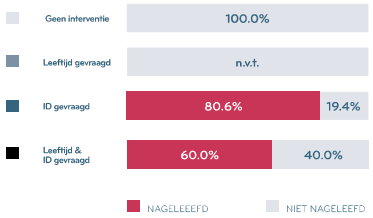
Bij 15 van de 113 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (13.3%). Dit leidde in 9 gevallen tot naleving (60.0%).

Interventies

n=113



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 51 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 1 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (2.0%).

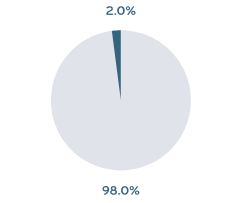
- 1 verkoper controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In dit geval leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

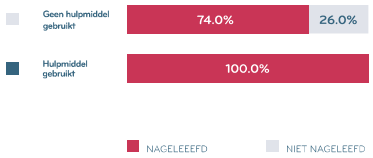
Van de 50 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (98.0%), is er 37 keer nageleefd (74.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=51



Naleving

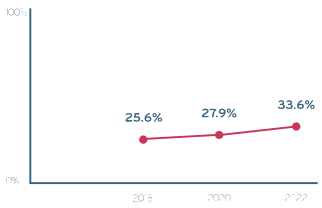


NALEVING

Bij 38 van de 113 aankooppogingen is er nageleefd (33.6%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (27.9%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
ZELFSTANDIGE
SUPERMARKTEN

33.6%

[25.6, 42.7]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
THUISBEZORGKANALEN

INTERVENTIES

Bij 308 van de 384 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (80.2%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

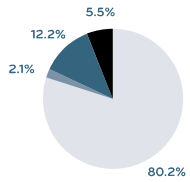
Bij 8 van de 384 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (2.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 47 van de 384 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (12.2%). Dit leidde in 28 gevallen tot naleving (59.6%).

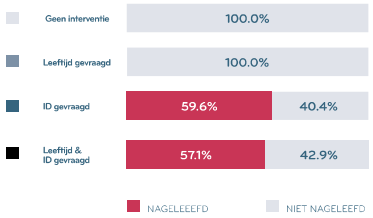
Bij 21 van de 384 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (5.5%). Dit leidde in 12 gevallen tot naleving (57.1%).

Interventies

n=384



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 68 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 27 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (39.7%).

- 3 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 23 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 1 verkoper gebruikte een ID-scanner.

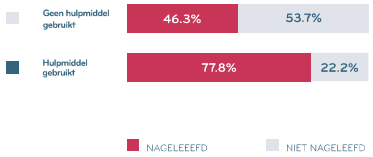
In 21 van de 27 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (77.8%).

Van de 41 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (60.3%), is er 19 keer nageleefd (46.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=68

Naleving

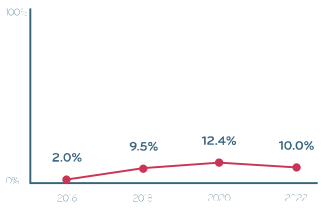


NALEVING

Bij 40 van de 384 aankooppogingen is er nageleefd. Het gewogen nalevingscijfer (inclusief flitsbezorgers) is 10.0%.

De naleving in 2022* verschilt niet significant van de naleving in 2020 (12.4%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
THUISBEZORGKANALEN

10.0%

[9.8, 10.2]

*Om bij thuisbezorgkanalen een eerlijke vergelijking met 2022 mogelijk te maken is het nalevingscijfer van 2022 (10.0%) herberekend exclusief flitsbezorgers (13.0%) en gebruikt in de vergelijking met 2020.

bureau objectief

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
FLITSBEZORGERS

INTERVENTIES

Bij 85 van de 90 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (94.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

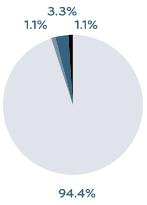
Bij 1 van de 90 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (1.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 3 van de 90 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (3.3%). Dit leidde in 1 gevallen tot naleving (33.3%).

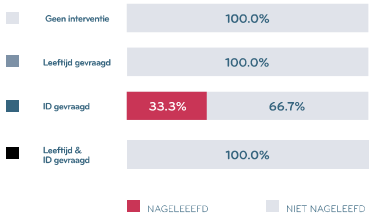
Bij 1 van de 90 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (1.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Interventies

n=90



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 4 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 1 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (25.0%).

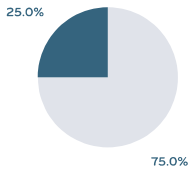
- 1 verkoper controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in een handheld.

In dit geval leidde hulpmiddelgebruik niet tot naleving (0.0%).

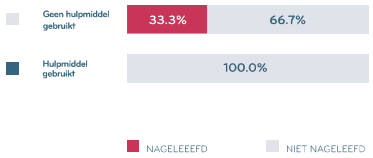
Van de 3 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (75.0%), is er 1 keer nageleefd (33.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=4



Naleving



NALEVING

Bij 1 van de 90 aankooppogingen is er nageleefd (1.1%).

Naleving

NALEVING ALCOHOL 2022
FLITSBEZORGERS

1.1%

[0.2, 6.0]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
MAALTIJDBEZORGDIENSTEN

INTERVENTIES

Bij 93 van de 100 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (93.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

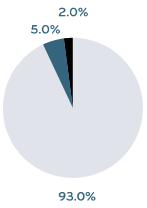
Bij 0 van de 100 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 5 van de 100 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (5.0%). Dit leidde in 2 gevallen tot naleving (40.0%).

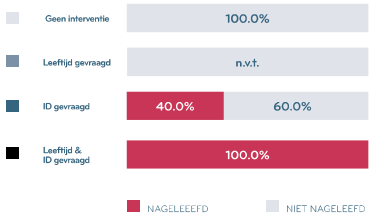
Bij 2 van de 100 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (2.0%). Dit leidde in 2 gevallen tot naleving (100.0%).

Interventies

n=100



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 7 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 2 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (28.6%).

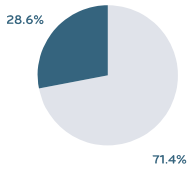
- 2 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in een handheld.

In 2 van de 2 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

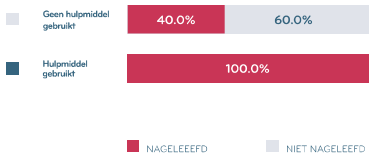
Van de 5 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (71.4%), is er 2 keer nageleefd (40.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=7



Naleving

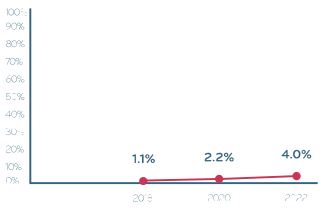


NALEVING

Bij 4 van de 100 aankooppogingen is er nageleefd (4.0%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (2.2%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
MAALTIJDBEZORGDIENSTEN

4.0%

[1.6, 9.8]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP
THUISBEZORGENDE LANDELIJKE KETENS

INTERVENTIES

Bij 59 van de 104 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (56.7%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

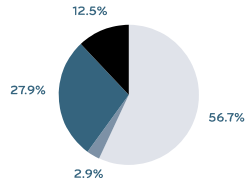
Bij 3 van de 104 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (2.9%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 29 van de 104 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (27.9%). Dit leidde in 19 gevallen tot naleving (65.5%).

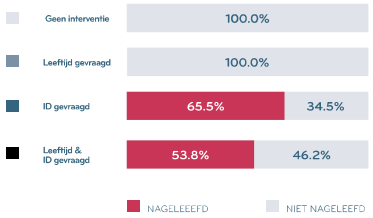
Bij 13 van de 104 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (12.5%). Dit leidde in 7 gevallen tot naleving (53.8%).

Interventies

n=104



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 42 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 16 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (38.1%).

- 3 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 13 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

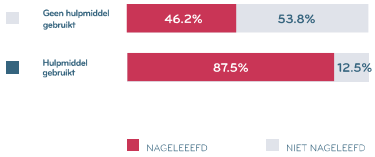
In 14 van de 16 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (87.5%).

Van de 26 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (61.9%), is er 12 keer nageleefd (46.2%).

Hulpmiddelgebruik

n=42

Naleving

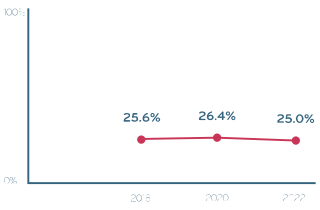


NALEVING

Bij 26 van de 104 aankooppogingen is er nageleefd (25.0%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (26.4%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
THUISBEZORGENDE
LANDELIJKE KETENS

25.0%

[17.7, 34.1]

NALEVING ALCOHOLVERKOOP **WEBSHOPS**

INTERVENTIES

Bij 71 van de 90 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (78.9%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

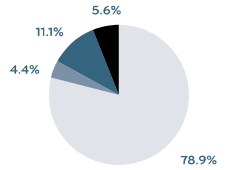
Bij 4 van de 90 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (4.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 10 van de 90 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (11.1%). Dit leidde in 6 gevallen tot naleving (60.0%).

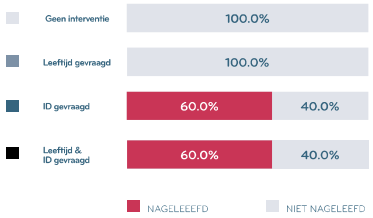
Bij 5 van de 90 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (5.6%). Dit leidde in 3 gevallen tot naleving (60.0%).

Interventies

n=90



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 15 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 8 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (53.3%).

- 7 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 1 verkoper gebruikten een ID-scanner.

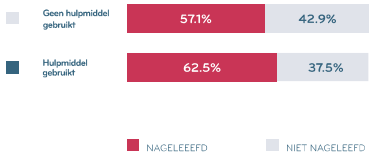
In 5 van de 8 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (62.5%).

Van de 7 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (46.7%), is er 4 keer nageleefd (57.1%).

Hulpmiddelgebruik

n=15

Naleving

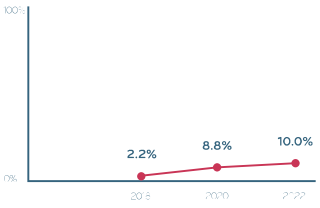


NALEVING

Bij 9 van de 90 aankooppogingen is er nageleefd (10.0%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (8.8%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022
WEBSHOPS

10.0%

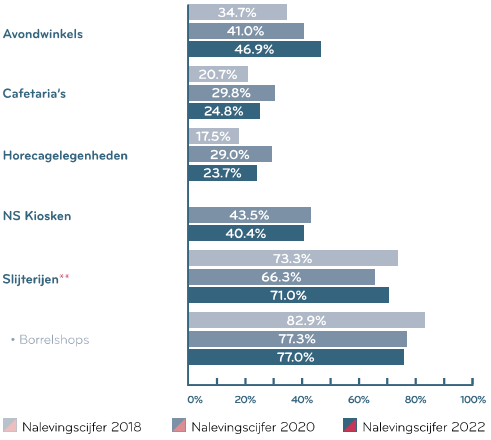
[5.4, 17.9]

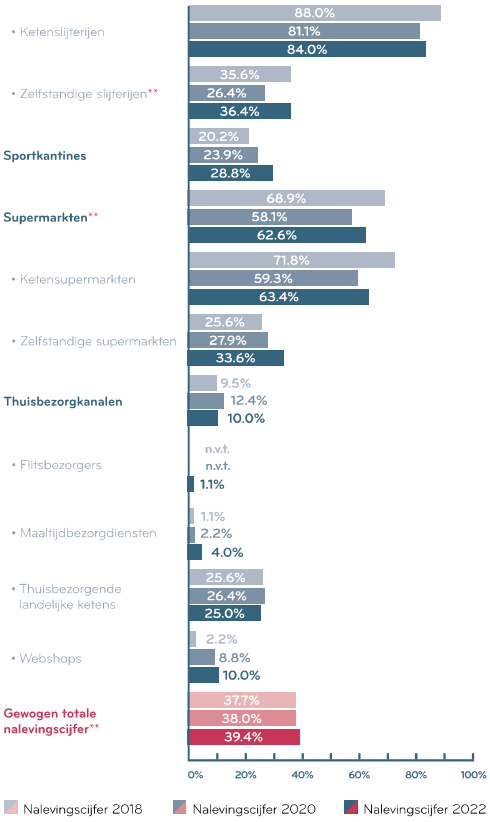
Naleving alcoholverkoop 2020 versus 2022

Door de naleving in 2022 te vergelijken met de naleving in 2020 is te zien of de naleving veranderd is. De nalevingscijfers zijn over het gewogen totaal en per verkoopkanaal vergeleken. Figuur 8 geeft de nalevingspercentages weer voor alcoholverkoop in 2020 en 2022. Het gewogen totale nalevingscijfer (exclusief thuisbezorgkanalen) in 2022 (39.4%) is significant hoger dan het gewogen totale nalevingscijfer in 2020 (38.0%).

Bij supermarkten, slijterijen en zelfstandige slijterijen is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in 2022 significant hoger dan de naleving in 2020. In de andere verkoopkanalen zijn er geen significante veranderingen in de naleving geconstateerd. Zie Appendix B voor de betrouwbaarheidsintervallen en significantietoetsen van het totale nalevingscijfer en van de nalevingscijfers per verkoopkanaal.

*Figuur 8. Nalevingspercentages alcohol per verkoopkanaal in 2018, 2020 en 2022**





* *Het nalevingspercentage van thuisbezorgkanalen is niet meegenomen in het gewogen totale nalevingscijfer, omdat er geen realistische schatting van het totaal aanbod van thuisbezorgkanalen gemaakt kan worden.*

Om bij thuisbezorgkanalen een eerlijke vergelijking met 2022 mogelijk te maken is het nalevingscijfer van 2022 (10.0%) herberekend exclusief flitsbezorgers (13.0%) en gebruikt in de vergelijking met 2020.

Het onderzoek is in 2020 gedeeltelijk tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. De invloed van de maatregelen als gevolg van de COVID-19-pandemie op de cijfers is niet objectief te kwantificeren. Gegeven is wel dat de gemeten naleving de werkelijke naleving van verkoopkanalen in 2020 weergeeft. Voor een volledig beeld van de ontwikkeling van de nalevingscijfers zijn de cijfers uit 2018 aan deze figuur toegevoegd.

** Significant verschil tussen 2020 en 2022

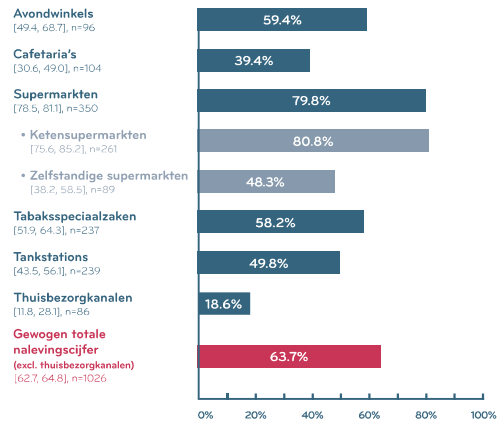
RESULTATEN TABAKSVERKOOP

Naleving bij tabaksverkoop in 2022

Het gewogen totale nalevingscijfer voor alle verkoopkanalen (exclusief thuisbezorgkanalen[VIII]) bij tabaksverkoop in 2022 is 63.7%. Figuur 9 geeft het gewogen totale nalevingscijfer en de nalevingscijfers per verkoopkanaal weer.

Bij 57 van de 96 aankooppogingen bij avondwinkels is er nageleefd (59.4%). Bij cafetaria's is er bij 41 van de 104 aankooppogingen nageleefd (39.4%). De gewogen totale naleving van de overkoepelende verkoopkanaal supermarkten is 79.8%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen: ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Bij ketensupermarkten is er bij 211 van de 261 aankooppogingen nageleefd (80.8%). Bij 43 van de 89 aankooppogingen bij zelfstandige supermarkten is er nageleefd (48.3%). Bij tabakspeciaalzaken is er bij 138 van de 237 aankooppogingen nageleefd (58.2%). Bij 119 van de 239 aankooppogingen bij tankstations is er nageleefd (49.8%). Bij thuisbezorgkanalen is er bij 16 van de 86 bestellingen nageleefd (18.6%).

Figuur 9. Gewogen totale nalevingscijfer en nalevingscijfer tabak per verkoopkanaal 2022



VIII Dit verkoopkanaal is niet meegenomen in het gewogen totale nalevingscijfer voor tabaksverkoop omdat er geen realistische schatting van het totale aanbod van thuisbezorgkanalen gemaakt kan worden.

NALEVING TABAKSVERKOOP
AVONDWINKELS

INTERVENTIES

Bij 22 van de 96 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (22.9%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

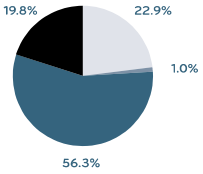
Bij 1 van de 96 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (1.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 54 van de 96 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (56.3%). Dit leidde in 42 gevallen tot naleving (77.8%).

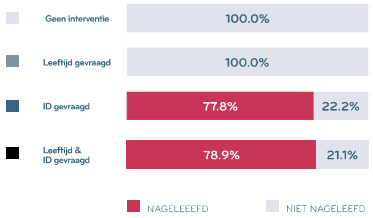
Bij 19 van de 96 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (19.8%). Dit leidde in 15 gevallen tot naleving (78.9%).

Interventies

n=96



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 73 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 1 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (1.4%).

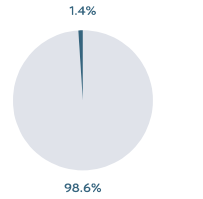
- 1 verkoper controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In dit geval leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

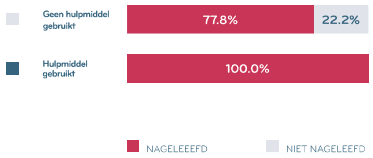
Van de 72 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (98.6%), is er 56 keer nageleefd (77.8%).

Hulpmiddelgebruik

n=73



Naleving

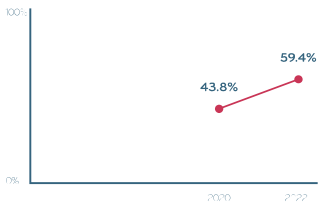


NALEVING

Bij 57 van de 96 aankooppogingen is er nageleefd (59.4%).

De naleving in 2022 verschilt significant van de naleving in 2020 (43.8%).

Naleving



NALEVING TABAK 2022
AVONDWINKELS

59.4%

[49.4, 68.7]

NALEVING TABAKSVERKOOP
CAFETARIA'S*

INTERVENTIES

Bij 45 van de 104 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (43.3%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

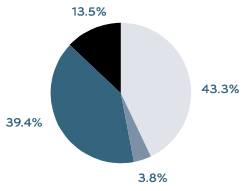
Bij 4 van de 104 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (3.8%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 41 van de 104 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (39.4%). Dit leidde in 32 gevallen tot naleving (78.0%).

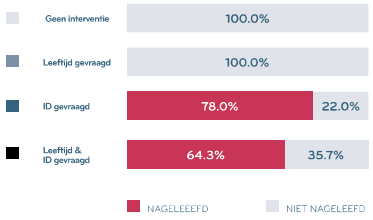
Bij 14 van de 104 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (13.5%). Dit leidde in 9 gevallen tot naleving (64.3%).

Interventies

n=104



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 55 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 2 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (3.6%).

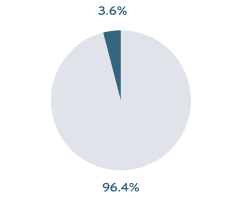
- 1 verkoper gebruikte een pop-up in het kassasysteem;
- 1 verkoper gebruikte een rekenmachine.

In 2 van de 2 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

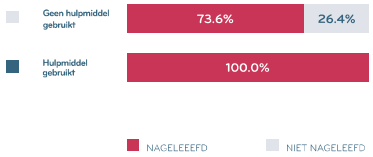
Van de 53 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (96.4%), is er 39 keer nageleefd (73.6%).

Hulpmiddelgebruik

n=55



Naleving

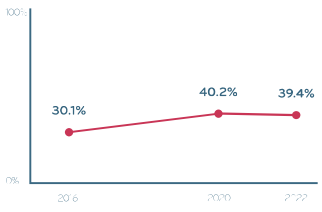


NALEVING

Bij 41 van de 104 aankooppogingen is er nageleefd (39.4%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (40.2%).

Naleving



NALEVING TABAK 2022
CAFETARIA'S

39.4%

[30.6, 49.0]

*In 2022 zijn er geen aankooppogingen uitgevoerd bij tabaksautomaten.

NALEVING TABAKSVERKOOP SUPERMARKTEN

79.8%

[78.5, 81.1]

In dit onderzoek zijn er twee subverkoopkanalen bezocht die vallen onder het verkoopkanaal supermarkten: ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Het gewogen totale nalevingscijfer van het verkoopkanaal supermarkten bedraagt 79.8%. Op de volgende pagina's worden per subverkoopkanaal de nalevingscijfers gerapporteerd en wordt weergegeven welke interventies er zijn toegepast.

NALEVING TABAKSVERKOOP
KETENSUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 28 van de 261 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (10.7%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

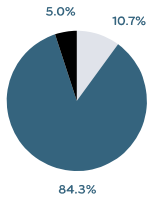
Bij 0 van de 261 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 220 van de 261 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar ID van de mysterykid (84.3%). Dit leidde in 200 gevallen tot naleving (90.9%).

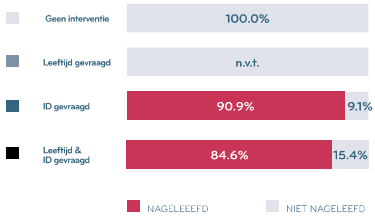
Bij 13 van de 261 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (5.0%). Dit leidde in 11 gevallen tot naleving (84.6%).

Interventies

n=261



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 233 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 137 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (58.8%).

- 1 verkoper gebruikte een pop-up in het kassasysteem;
- 121 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 15 verkopers gebruikten een ID-scanner.

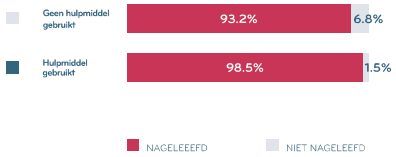
In 135 van de 137 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (98.5%).

Van de 96 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (41.2%), is er 76 keer nageleefd (79.2%).

Hulpmiddelgebruik

n=233

Naleving

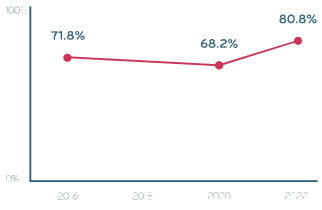


NALEVING

Bij 211 van de 261 aankooppogingen is er nageleefd (80.8%).

De naleving in 2022 verschilt significant van de naleving in 2020 (68.2%).

Naleving



NALEVING TABAK 2022
KETENSUPERMARKTEN

80.8%

[75.6, 85.2]

NALEVING TABAKSVERKOOP
ZELFSTANDIGE SUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 36 van de 89 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (40.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

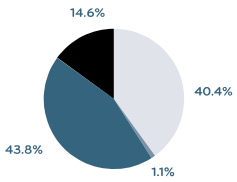
Bij 1 van de 89 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (1.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 39 van de 89 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (43.8%). Dit leidde in 33 gevallen tot naleving (84.6%).

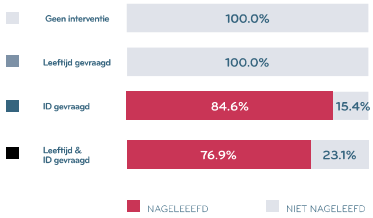
Bij 13 van de 89 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (14.6%). Dit leidde in 10 gevallen tot naleving (76.9%).

Interventies

n=89



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 52 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 5 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (9.6%).

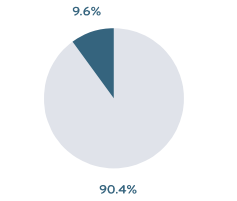
- 1 verkoper gebruikte een pop-up in het kassasysteem;
- 4 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 5 van de 5 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

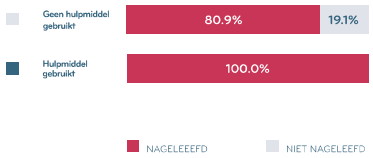
Van de 47 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (90.4%), is er 38 keer nageleefd (80.9%).

Hulpmiddelgebruik

n=52



Naleving

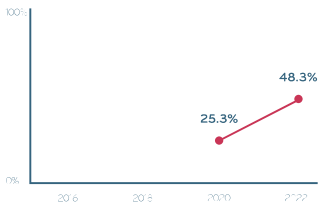


NALEVING

Bij 43 van de 89 aankooppogingen is er nageleefd (48.3%).

De naleving in 2022 verschilt significant van de naleving in 2020 (25.3%).

Naleving



NALEVING TABAK 2022
ZELFSTANDIGE
SUPERMARKTEN

48.3%

[38.2, 58.5]

NALEVING TABAKSVERKOOP
TABAKSSPECIAALZAKEN

INTERVENTIES

Bij 38 van de 237 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (16.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

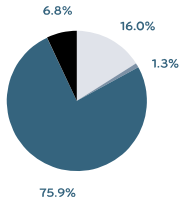
Bij 3 van de 237 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (1.3%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 180 van de 237 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (75.9%). Dit leidde in 126 gevallen tot naleving (70.0%).

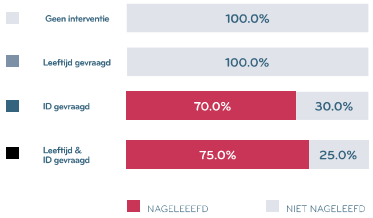
Bij 16 van de 237 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (6.8%). Dit leidde in 12 gevallen tot naleving (75.0%).

Interventies

n=237



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 196 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 30 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (15.3%).

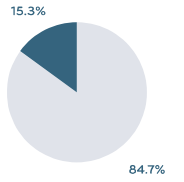
- 7 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 13 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 9 verkopers gebruikten een ID-scanner;
- 1 verkoper gebruikte een papiertje met de minimale geboortedatum erop.

In 27 van de 30 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (90.0%).

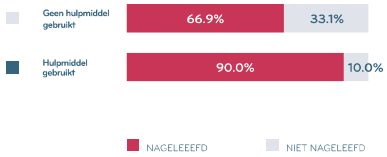
Van de 166 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (84.7%), is er 111 keer nageleefd (66.9%).

Hulpmiddelgebruik

n=196



Naleving

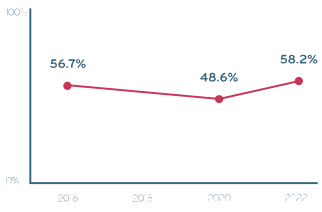


NALEVING

Bij 138 van de 237 aankooppogingen is er nageleefd (58.2%)

De naleving in 2022 verschilt significant van de naleving in 2020 (48.6%).

Naleving



NALEVING TABAK 2022
TABAKSSPECIAALZAKEN

58.2%

[51.9, 64.3]

NALEVING TABAKSVERKOOP
TANKSTATIONS

INTERVENTIES

Bij 66 van de 239 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (27.6%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

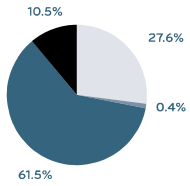
Bij 1 van de 239 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 147 van de 239 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (61.5%). Dit leidde in 101 gevallen tot naleving (68.7%).

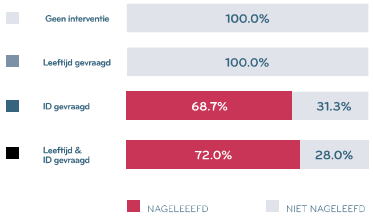
Bij 25 van de 239 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (10.5%). Dit leidde in 18 gevallen tot naleving (72.0%).

Interventies

n=239



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 172 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 31 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (18.0%).

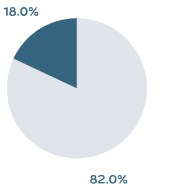
- 12 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem;
- 16 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 3 verkopers gebruikten een ID-scanner.

In 26 van de 31 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (83.9%).

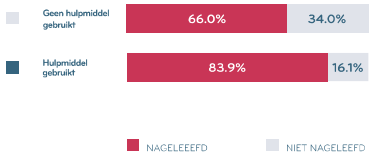
Van de 141 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (82.0%), is er 93 keer nageleefd (66.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=172



Naleving

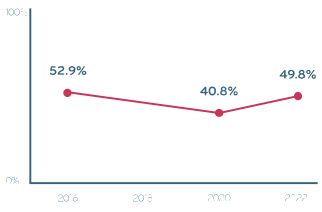


NALEVING

Bij 119 van de 239 aankooppogingen is er nageleefd (49.8%).

De naleving in 2022 verschilt significant van de naleving in 2020 (40.8%).

Naleving



NALEVING TABAK 2022
TANKSTATIONS

49.8%

[43.5, 56.1]

NALEVING TABAKSVERKOOP
THUISBEZORGKANALEN

INTERVENTIES

Bij 63 van de 86 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (73.3)%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

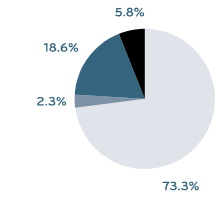
Bij 2 van de 86 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (2.3%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 16 van de 6 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (18.6%). Dit leidde in 12 gevallen tot naleving (75.0%).

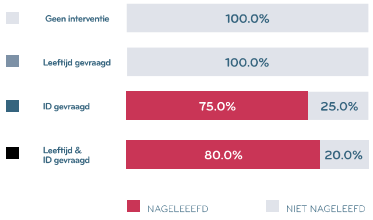
Bij 5 van de 86 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (5.8%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (80.0%).

Interventies

n=86



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 21 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 7 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (33.3%).

- 6 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 1 verkoper gebruikte een ID-scanner.

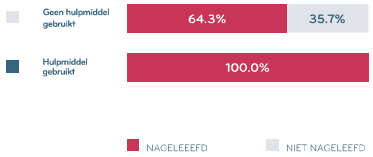
In 7 van de 7 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

Van de 14 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (66.7%), is er 9 keer nageleefd (64.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=21

Naleving

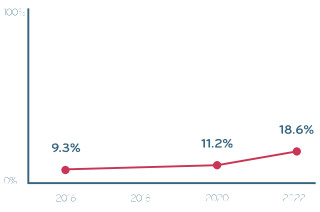


NALEVING

Bij 16 van de 86 aankooppogingen is er nageleefd (18.6%).

De naleving in 2022 verschilt niet significant van de naleving in 2020 (11.2%).

Naleving



NALEVING TABAK 2022
THUISBEZORGKANALEN

18.6%

[11.8, 28.1]

Naleving tabaksverkoop 2020 versus 2022

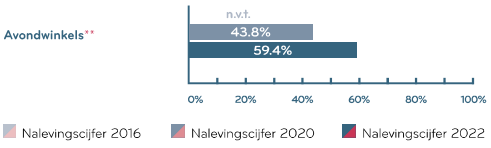
Door de naleving in 2022 te vergelijken met de naleving in 2020 is te zien of de naleving bij tabaksverkoop verbeterd is. Figuur 10 geeft de nalevingspercentages weer voor tabaksverkoop in 2020 en 2022. Het gewogen totale nalevingscijfer in 2022 (63.7%) is significant hoger dan het (herberekende) gewogen totale nalevingscijfer in 2020 (55.2%).

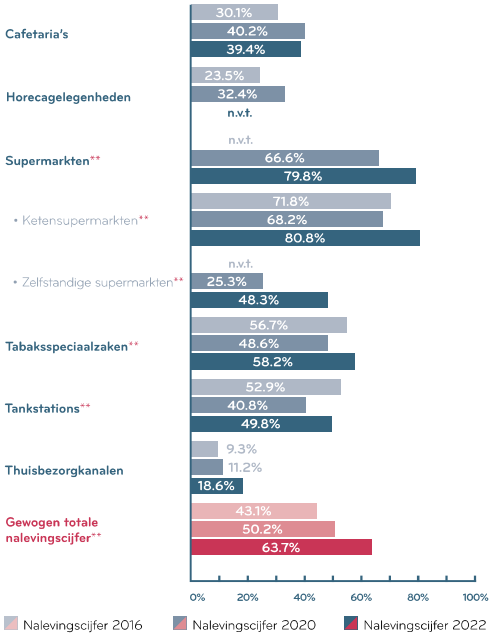
Bij de meeste verkoopkanalen is de naleving in 2022 significant hoger dan in 2020. Bij avondwinkels is de naleving in 2022 (59.4%) significant hoger dan in 2020 (43.8%). Ook bij supermarkten is de naleving in 2022 (79.8%) significant hoger dan in 2020 (66.6%). Zo is bij ketensupermarkten de naleving in 2022 (80.8%) significant hoger dan in 2020 (68.2%). Hetzelfde geldt voor zelfstandige supermarkten, ook daar was de naleving in 2022 (48.3%) significant hoger dan in 2020 (25.3%). Ook bij tabaksspeciaalzaken was de naleving in 2022 (58.2%) significant hoger dan in 2020 (48.6%). Bij tankstations is de naleving in 2022 (49.8%) ook significant hoger dan in 2020 (40.8%). Bij thuisbezorgkanalen was de naleving in 2022 (18.6%) gestegen ten opzichte van 2020 (11.2%) maar het verschil was niet significant.

Bij cafetaria's is de naleving in 2022 (39.4%) iets gezakt vergeleken met 2020 (40.2%), maar dit verschil is niet significant.

Zie Appendix B voor de betrouwbaarheidsintervallen en significantietoetsen van het alternatieve gewogen totale nalevingscijfer en van de nalevingscijfers per verkoopkanaal.

*Figuur 10. Nalevingspercentages tabak per verkoopkanaal in 2016, 2020 en 2022**





** Het nalevingspercentage van thuisbezorgkanalen is niet meegenomen in het gewogen totale nalevingscijfer, omdat er geen realistische schatting van het totaal aanbod van thuisbezorgkanalen gemaakt kan worden.*

Om een eerlijke vergelijking met 2022 mogelijk te maken is het totale gewogen nalevingscijfer van 2020 (50.2%) herberekend exclusief horecagelegenheden (55.2%) en gebruikt in de vergelijking met 2022.

Het onderzoek is in 2020 gedeeltelijk tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. De invloed van de maatregelen als gevolg van de COVID-19-pandemie op de cijfers is niet objectief te kwantificeren. Gegeven is wel dat de gemeten naleving de werkelijke naleving van verkoopkanalen in 2020 weergeeft. Voor een volledig beeld van de ontwikkeling van de nalevingscijfers zijn de cijfers uit 2018 aan deze figuur toegevoegd.

** Significant verschil tussen 2020 en 2022

CONCLUSIE

Voor de verkoop van alcohol- en tabaksproducten geldt een leeftijdsgrens van 18 jaar. Het naleven van deze leeftijdsgrens houdt in dat een verkoper weigert om alcohol of tabak te verkopen aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. In opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport is onderzoek gedaan naar de naleving van de leeftijdsgrens in 2022. Aan de hand van mysteryshoponderzoek is de naleving van de leeftijdsgrens voor alcohol- en tabaksverkoop in 2022 vastgesteld met een landelijk nalevingscijfer (gewogen totale nalevingscijfer) en nalevingscijfers per verkoopkanaal. Ook is onderzocht in hoeverre verkopers interventies toepassen tijdens het leeftijdscontroleproces, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Daarnaast is onderzocht of de cijfers voor alcohol en tabak veranderd zijn ten opzichte van 2020.

NALEVING ALCOHOLVERKOOP 2022

Uit de resultaten blijkt dat voor de verkoop van alcohol het landelijke, gewogen totale nalevingscijfer 39.4% is in 2022. Dat betekent dat jongeren van 16 à 17 jaar oud in 39.4% van alle aankooppogingen géén alcoholhoudende drank konden kopen.

Bij avondwinkels is de naleving 46.9%. Bij cafetaria's en bij horecagelegenheden is de naleving respectievelijk 24.8% en 23.7%. Bij NS kiosken is er een naleving van 40.4% geconstateerd. De gewogen totale naleving van het overkoepelende verkoopkanaal slijterijen is 71.0%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen: borrelshops, ketenslijterijen en zelfstandige slijterijen. De naleving bij deze subverkoopkanalen is respectievelijk 77.0%, 84.0% en 36.4%.

Bij sportkantines is de naleving 28.8%. De gewogen naleving van de overkoepelende verkoopkanaal supermarkten is 62.6%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Bij ketensupermarkten is de naleving 63.4% en bij zelfstandige supermarkten 33.6%. Bij thuisbezorgkanalen is de naleving 10.0%. Hieronder vallen flitsbezorgers met een naleving van 1.1%, maaltijdbezorgdiensten met een naleving van 4.0%, thuisbezorgende landelijke ketens met een naleving van 25.0% en webshops met een naleving van 10.0%.

NALEVING TABAKSVERKOOP 2022

Uit de resultaten blijkt dat voor de verkoop van tabak het landelijke, gewogen totale nalevingscijfer 63.7% is in 2022. Dat betekent dat jongeren van 16 à 17 jaar oud in 63.7% van alle aankooppogingen géén tabak konden kopen.

Bij avondwinkels is de naleving 59.4%. Bij cafetaria's is de naleving 39.4%. De gewogen naleving van het overkoepelende verkoopkanaal supermarkten is 79.8%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Bij ketensupermarkten is de naleving 80.8% en bij zelfstandige supermarkten 48.6%. Bij tabaksspeciaalzaken is een naleving geconstateerd van 58.2%. Bij tankstations is de naleving 49.8%. Bij thuisbezorgkanalen is de naleving 18.6%.

INTERVENTIES IN HET LEEFTIJDSCONTROLEPROCES

In het hoofdstuk 'Resultaten' is per verkoopkanaal gerapporteerd in hoeveel procent van de aankooppogingen er interventies zijn toegepast door de verkoper (het vragen naar leeftijd en/of naar een geldig legitimatiebewijs en/of het gebruiken van een hulpmiddel), inclusief de samenhang hiervan met de naleving.

Uit de resultaten blijkt dat naar ID vragen een belangrijke voorspeller is voor naleving. Verder blijkt in verkoopkanalen waar relatief veel gebruik wordt gemaakt van hulpmiddelen om het ID van de mysterykid te controleren dat de naleving na ID-vraag met hulpmiddel hoger is dan de naleving na ID-vraag zonder hulpmiddel.

ONTWIKKELING NALEVINGSCIJFERS

In 2015 was het nalevingscijfer bij alcoholverkoop 21.5%[1]. In 2016 steeg het nalevingscijfer significant tot 35.8%[2]. In 2018 was het nalevingscijfer 37.7%[3] en in 2020 was het 38.0%[4]. In 2022 is het nalevingscijfer 39.4%. Uit de vergelijkende analyses blijkt dat de gewogen totale nalevingscijfers van 2020 en 2022 significant van elkaar verschillen. Dat betekent dat de naleving in 2022 gestegen is ten opzichte van de naleving in 2020.

Voor de verkoop van tabak was het nalevingscijfer in 2015 27.4%[1]. In 2016 steeg het nalevingscijfer significant tot 43.1%[2] en in 2020 was het 50.2%[4]. In 2022 is het nalevingscijfer 63.7%. Uit de vergelijkende analyses blijkt dat het gewogen totale nalevingscijfer in 2022 significant hoger is dan het (herberekende) gewogen totale nalevingscijfer in 2020. Dat betekent dat de naleving in 2022 gestegen is ten opzichte van de naleving in 2020.

Verandering naleving bij alcoholverkoop per verkoopkanaal tussen 2020 en 2022

Bij slijterijen, zelfstandige slijterijen en supermarkten is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in 2022 significant hoger dan de naleving in 2020. Slijterijen stegen van 66.3% in 2020 naar 71.0% in 2022. Zelfstandige slijterijen stegen van 26.4% in 2020 naar 36.4% in 2022. Supermarkten stegen van 58.1% in 2020 naar 62.6% in 2022.

Bij 45 van de 96 aankooppogingen bij avondwinkels is er nageleefd (46.9%). Bij cafetaria's is er bij 70 van de 282 aankooppogingen nageleefd (24.8%). Bij de horecagelegenheden is er bij 63 van de 266 aankooppogingen nageleefd (23.7%). Bij 36 van de 89 aankooppogingen bij NS kiosken is er nageleefd (40.4%). De gewogen totale naleving van het overkoepelende verkoopkanaal slijterijen is 71.0%. Onder dit verkoopkanaal vallen de volgende subverkoopkanalen: borrelshops, met een naleving van 77.0% (197 van 256), ketenslijterijen met een naleving van 84.0% (173 van 206) en zelfstandige slijterijen met een naleving van 36.4% (67 van 184). Bij sportkantines is er bij 76 van de 264 aankooppogingen nageleefd (28.8%). De gewogen naleving van het overkoepelende verkoopkanaal supermarkten is 62.6%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten. Bij ketensupermarkten is er bij 184 van de 290 aankooppogingen nageleefd (63.4%). Bij zelfstandige supermarkten is er bij 38 van de 113 aankooppogingen nageleefd (33.6%). De gewogen naleving van het overkoepelende verkoopkanaal thuisbezorgkanalen is 10.0%. Onder dit verkoopkanaal vallen de subverkoopkanalen: flitsbezorgers, maaltijdbezorgdiensten, thuisbezorgende landelijke ketens en webshops. Bij flitsbezorgers is er bij 1 van de 90 bestellingen nageleefd (1.1%). Bij maaltijdbezorgdiensten is er bij 4 van de 100 bestellingen nageleefd (4.0%). Bij thuisbezorgende landelijke ketens is er bij 26 van de 104 bestellingen nageleefd (25.0%). Bij webshops is er bij 9 van de 90 bestellingen nageleefd (10.0%).

Bij avondwinkels, cafetaria's, horecagelegenheden, kiosken, borrelshops, ketenslijterijen, sportkantines, ketensupermarkten, zelfstandige supermarkten, maaltijdbezorgdiensten, thuisbezorgende landelijke ketens en webshops is de naleving bij alcoholverkoop in 2022 niet veranderd ten opzichte van de naleving in 2020. Ook bij het overkoepelende verkoopkanaal thuisbezorgkanalen is de naleving bij alcoholverkoop in 2022 niet veranderd ten opzichte van 2020.

Verandering naleving bij tabaksverkoop per verkoopkanaal tussen 2020 en 2022

Bij avondwinkels, supermarkten (ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten), tankstations en tabaksspeciaalzaken is de naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop in 2022 significant gestegen. Avondwinkels hadden in 2020 een naleving van 43.8% en stegen naar een naleving van 59.4% in 2022. Supermarkten hadden in 2020 een naleving van 66.6% en stegen in 2022 naar 79.8%. Ketensupermarkten hadden in 2020 een naleving van 68.2% en stegen in 2022 naar 80.8%. Bij zelfstandige supermarkten was de naleving in 2020 25.3% en dit steeg in 2022 naar 48.3%. Tabaksspeciaalzaken hadden in 2020 een naleving van 48.6% en in 2022 steeg de naleving naar 58.2%. Bij tankstations was in 2020 een naleving gemeten van 40.8% en in 2022 steeg dit naar 49.8%.

Bij cafetaria's en thuisbezorgkanalen is de naleving bij tabaksverkoop in 2022 niet significant veranderd ten opzichte van de naleving 2020.

REFERENTIES

1. Alcoholwet (2021). Artikel 20, lid 1. Geraadpleegd via: https://wetten.overheid.nl/BWBR0002458/2021-07-01/#Paragraaf3_Artikel20

2. Tabaks- en Rookwarenwet (2020). Artikel 8, lid 1. Geraadpleegd via: https://wetten.overheid.nl/BWBR0004302/2020-01-23#Paragraaf4

3. Schelleman-Offermans, K. & Roodbeen, R. (2015). *Alcohol- & tabaksverkoop aan jongeren 2015.* Nijmegen: Nuchter Kenniscentrum Leeftijdsgrenzen.

4. Roodbeen, R. & Schelleman-Offermans, K. (2016). *Alcohol- & tabaksverkoop aan jongeren 2016.* Nijmegen: Nuchter Kenniscentrum Leeftijdsgrenzen.

5. Bureau Objectief (2019). Landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop aan minderjarigen in 2018.

6. Bureau Objectief (2021). Landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop aan minderjarigen in 2020.

7. Rijksoverheid (2018). Nationaal Preventieakkoord. Den Haag.

8. Rijksoverheid (2022). Maatregelen overheid om roken te ontmoedigen. Geraadpleegd via https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/roken/roken-ontmoedigen

9. Van Hoof, J.J., Roodbeen, R.T., Krokké, J., Gosselt, J.F., & Schelleman-Offermans, K. (2015). Alcohol sales to underage buyers in the Netherlands in 2011 and 2013. *Journal of adolescent health, 56*(4), 468-470.

APPENDIX A:

ETHISCHE NORMEN MYSTERYSHOPONDERZOEK

VERKOPERS

- De namen van verkopers en de namen van specifieke locaties waar zij werkzaam zijn blijven anoniem;
- De data en tijdstippen waarop aankooppogingen zijn uitgevoerd worden niet gecommuniceerd met de opdrachtgever. Aankooppogingen zijn niet herleidbaar tot individuen;
- Op basis van onderzoeksresultaten zijn sancties niet toegestaan;
- Alle auditoren informeren actieve gemeentelijke handhavers wanneer zij op basis van een aankooppoging een verkoper willen sanctioneren.

MYSTERYKIDS

- Van alle deelnemende mysterykids is schriftelijk toestemming verkregen van ouders/verzorgers (wettelijke voogd) voor deelname;
- De namen van mysterykids blijven anoniem;
- Tijdens aankooppogingen zijn altijd volwassen en ervaren auditoren aanwezig (zij hebben geen interactie tijdens de aankooppoging) om mysterykids te begeleiden, te beschermen en te corrigeren wanneer wordt afgeweken van protocol;
- De mysterykids begaan géén strafbaar feit tijdens hun werkzaamheden, de alcoholproducten worden direct bij het verlaten van de locatie door de auditor overgenomen of worden onaangeroerd op de bar achtergelaten;
- Alle mysterykids zijn altijd in de mogelijkheid om aankooppogingen te weigeren of een onderzoeksdag af te breken;
- Alle mysterykids ontvangen bij aanmelding informatie, waarin zij worden gewezen op de nadelige gevolgen van vroegtijdige consumptie van leeftijdsgebonden producten, aanvullend hieraan worden de mysterykids voor, tijdens en na een onderzoekroute gecoacht en begeleid door de auditor;
- Alle ingenomen leeftijdsgebonden producten worden collectief vernietigd.

APPENDIX B:

BETROUWBAARHEIDSINTERVALLEN & SIGNIFICANTIETOETSEN

In onderstaande tabellen wordt de naleving in 2022 per verkoopkanaal vergeleken met de naleving in 2020 voor alcoholverkoop en tabaksverkoop. Naast het nalevingspercentage wordt steeds het 95%-betrouwbaarheidsinterval berekend. Om te bepalen of een verschil tussen nalevingscijfers berust op toeval of op een werkelijk verschil, kan gekeken worden naar de mate van overlap tussen de betrouwbaarheidsintervallen (BI's). Er mag van een significant verschil gesproken worden als de BI's elkaar niet overlappen.

Als de twee BI's wel overlappen, is er meer informatie nodig om een conclusie te trekken. In dat geval wordt het 95%-BI om het verschil tussen nalevingscijfer A en nalevingscijfer B berekend. Als dit 95%-BI de waarde 0% bevat, kan geconcludeerd worden dat de twee nalevingscijfers niet significant verschillen. Bevat het BI niet de waarde 0%, dan verschillen de nalevingscijfers wel significant van elkaar. Ook voor het 95%-BI om een verschil geldt: hoe kleiner het interval, hoe preciezer de schatting van het werkelijke verschil in naleving. Daarnaast geldt dat het interval steeds kleiner wordt bij een groter aantal aankooppogingen.

Tabel 7. Betrouwbaarheidsintervallen alcoholverkoop 2020 en 2022

	2020	2022	VERSCHIL	UITKOMST
Gewogen totale nalevingscijfer	38.0% (37.3% - 38.6%)	39.4% (38.7% - 40.0%)		Significant verschillend
Avondwinkels	41.0% (31.9% - 50.8%)	46.9% (37.2% - 56.8%)	5.9% (-8.0% - 19.8%)	Niet significant verschillend

Cafetaria's	29.8% (24.8% - 35.4%)	24.8% (20.1% - 30.2%)	-5.0% (-12.3% - 2.3%)	Niet significant verschillend
Horeca-gelegenheden	29.0% (23.2% - 35.6%)	23.7% (19.0% - 29.1%)	-5.3% (-13.4% - 2.8%)	Niet significant verschillend
NS kiosken	43.5% (33.5% - 54.1%)	40.4% (30.9% - 50.8%)	-3.1% (-17.7% - 11.6%)	Niet significant verschillend
Slijterijen	66.3% (64.3% - 68.2%)	71.0% (69.2% - 72.7%)		Significant verschillend
• Borrelshops	77.3% (71.3% - 82.3%)	77.0% (71.4% - 81.7%)	-0.3% (-7.9% - 7.2%)	Niet significant verschillend
• Ketenslijterijen	81.1% (75.1% - 86.0%)	84.0% (78.4% - 88.4%)	2.9% (-4.5% - 10.3%)	Niet significant verschillend
• Zelfstandige slijterijen	26.4% (20.8% - 32.9%)	36.4% (29.8% - 43.6%)	10.0% (0.8% - 19.3%)	Significant verschillend
Sportkantines	23.9% (18.2% - 30.7%)	28.8% (23.7% - 34.5%)	4.9% (-3.5% - 13.2%)	Niet significant verschillend
Supermarkten	58.1% (56.7% - 59.5%)	62.6% (61.4% - 63.9%)		Significant verschillend
• Keten-supermarkten	59.3% (53.6% - 64.7%)	63.4% (57.8% - 68.8%)	4.1% (-3.7% - 12.0%)	Niet significant verschillend
• Zelfstandige supermarkten	27.9% (20.4% - 36.9%)	33.6% (25.6% - 42.7%)	5.7% (-6.3% - 17.8%)	Niet significant verschillend
Thuisbezorg-kanalen (excl. flitsbezorgers)	12.4% (12.2% - 12.7%)	13.0% (12.7% - 13.3%)	0.6% (-4.9% - 6.1%)	Niet significant verschillend
• Maaltijd-bezorg-diensten	2.2% (0.6% - 7.5%)	4.0% (1.6% - 9.8%)	1.8% (-3.1% - 6.7%)	Niet significant verschillend
• Thuis-bezorgende landelijke ketens	26.4% (18.4% - 36.3%)	25.0% (17.7% - 34.1%)	-1.4% (-13.7% - 10.9%)	Niet significant verschillend
Webshops	8.8% (4.5% - 16.4%)	10.0% (5.4% - 17.9%)	1.2% (-7.3% - 9.7%)	Niet significant verschillend

Tabel 8. Betrouwbaarheidsintervallen tabaksverkoop 2020 en 2022

	2020	2022	VERSCHIL	UITKOMST
Gewogen totale nalevingscijfer	55.2% (54.2% - 56.2%)	63.7% (62.7% - 64.8%)		Significant verschillend
Avondwinkels	43.8% (34.7% - 53.4%)	59.4% (49.4% - 68.7%)	15.6% (1.9% - 29.2%)	Significant verschillend
Cafetaria's	40.2% (34.2% - 46.5%)	39.4% (30.4% - 49.0%)	-0.8% (-12.0% - 10.5%)	Niet significant verschillend
Supermarkten	66.6% (65.2% - 67.9%)	79.8% (78.5% - 81.1%)		Significant verschillend
• Keten-supermarkten	68.2% (62.3% - 73.6%)	80.8% (75.6% - 85.2%)		Significant verschillend
• Zelfstandige supermarkten	25.3% (17.7% - 34.6%)	48.3% (38.2% - 58.5%)		Significant verschillend
Tabaksspeciaal-zaken	48.6% (42.4% - 54.8%)	58.2% (51.9% - 64.3%)	9.6% (0.8% - 18.5%)	Significant verschillend
Tankstations	40.8% (34.8% - 47.1%)	49.8% (43.5% - 56.1%)	9.0% (0.2% - 17.8%)	Significant verschillend
Thuisbezorg-kanalen	11.2% (6.2% - 19.5%)	18.6% (11.8% - 28.1%)	7.4% (-3.1% - 17.9%)	Niet significant verschillend

APPENDIX C: BEGRIPPENLIJST

In onderstaande begrippenlijst staan de termen uitgelegd in context van dit nalevingsonderzoek.

Aselecte steekproef | Een steekproef waarbij iedere locatie uit de populatie dezelfde kans heeft om in de steekproef terecht te komen.

Auditor | Getrainde veldwerker die de mysterykids begeleidt tijdens de aankooppogingen van het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens (zie ook 'mysterykid').

Avondwinkels | Avondwinkels zijn winkels die een ontheffing voor de winkeltijdenwet hebben en daarom tijdens de avonduren geopend zijn. Het gaat hier om avondwinkels die zwak-alcoholhoudende dranken als bijproduct verkopen, en niet om avondwinkels met een slijterijvergunning.

Bemenste kassa | Kassa waar de betaling plaatsvindt onder begeleiding van een kassamedewerker. Dus ook als de klant tijdens het winkelen de producten heeft gescand met een zelfscanner, maar deze zelfscanner bij het afrekenen overhandigt aan een kassamedewerker.

Betrouwbaarheidsniveau | De mate waarin het gevonden nalevingscijfer onafhankelijk is van toeval. Bij een betrouwbaarheid van bijvoorbeeld 90%, kan je met 90% zekerheid zeggen dat het nalevingscijfer in de steekproef overeenkomt met de naleving van de gehele populatie.

Betrouwbaarheidsinterval | Het betrouwbaarheidsinterval geeft aan tussen welke waarden het werkelijke nalevingscijfer van de gehele populatie zal liggen. Een 95%-betrouwbaarheidsinterval geeft aan dat als een meting 100 keer herhaald wordt, de gemeten waarde 95 maal binnen dit interval zal liggen.

Borrelshops | Aan een ketensupermarkt gekoppelde winkellocatie, zonder eigen ingang, met een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf. Verschil met de ketenslijterij is dat de borrelshops en supermarkt als één locatie onder dezelfde bedrijfsnaam opereren.

Cafetaria's | Cafetaria's zijn eetgelegenheden die enkel alcoholische dranken mogen verkopen voor gebruik elders dan ter plaatse (niet-Alcoholwet-vergunde locaties). Voorbeelden: snackbar, grillroom.

Flitsbezorgers | Een flitsbezorger is een online-supermarkt met bezorgdienst waarbij boodschappen binnen een kort tijdsbestek worden bezorgd.

Gewogen totale nalevingscijfer | Een totaal gemiddelde van de nalevingscijfers waarbij rekening gehouden wordt met de 'gewichten' van de percentages; niet elk nalevingscijfer telt even zwaar mee, omdat de populaties van de verkoopkanalen verschillen in grootte.

Horecagelegenheden | HORECA refereert aan HOtels, REstaurants, CAfés en soortgelijke instellingen die een Alcoholwet-vergunning hebben om alcohol te verkopen voor nuttiging ter plaatse.

Hulpmiddel | Verkopers kunnen een hulpmiddel gebruiken bij het controleren van de leeftijd op een legitimatiebewijs. Voorbeelden hiervan zijn: het intoetsen van de leeftijd in een kassasysteem, een ID-scanner die de leeftijd op de legitimatie uitleest of een kalender

die voor elke datum de uiterste geboortedatum van de leeftijdsgrens aangeeft.

Interventies | De handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftijdscontrole: leeftijd vragen, ID vragen en een hulpmiddel gebruiken.

Ketenslijterijen | De winkellocatie is onderdeel van een ketenbedrijf, heeft een eigen ingang en heeft een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf.

Ketensupermarkten | De winkellocatie is onderdeel van een ketenbedrijf. Dit betreft enkel de supermarkten die ook daadwerkelijk alcoholische dranken verkopen.

Maaltijdbezorgdiensten | Eetgelegenheden die via thuisbezorgwebsites maaltijden en/of (alcoholische) dranken en/of tabak bezorgen op een locatie naar wens.

Mysterykid | Een 16- of 17-jarige die een aankooppoging doet voor alcohol of tabak in het kader van het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens.

Nalevingscijfer | Het percentage van het aantal aankooppogingen waarbij de wettelijke leeftijdsgrens bij alcohol- of tabaksverkoop is nageleefd.

NS kiosken | Winkel op een treinstation waarin een verkoper een assortiment aan eten en drinken (o.a. alcohol) en iets te doen voor onderweg verkoopt.

Onbemenste kassa | Kassa waar de betaling doorgaans plaatsvindt zonder begeleiding van een medewerker. Pas als een alcoholhoudend product wordt gescand, dient een medewerker langs te komen om het identiteitsbewijs te controleren.

Populatie | Alle verkooppunten van alcohol of tabak waarover je een conclusie wilt trekken. In dit onderzoek vormt ieder verkoopkanaal een aparte populatie.

Populatiegrootte (N) | Het totaal aantal gelegenheden of locaties van een verkoopkanaal in Nederland, bijvoorbeeld het totaal aantal drankverstrekkende cafetaria's of het totaal aantal ketensupermarkten.

Representatief onderzoek | Onderzoek waarbij de resultaten een betrouwbare afspiegeling zijn voor de gehele populatie.

Significantie | Een significant verschil houdt in dat het onwaarschijnlijk is dat het gevonden verschil op toeval berust.

Slijterijen | Gelegenheden met een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf. Ze verkopen alcoholhoudende drank voor gebruik elders dan ter plaatse.

Sportkantines | Onder sportkantines worden enkel de kantines behorende bij een sportvereniging bedoeld. Overige paracommerciële instellingen (zoals buurthuizen) horen hier expliciet niet bij.

Steekproefgrootte (n) | Het aantal te onderzoeken locaties binnen een populatie.

Supermarkten | Supermarkten kunnen zowel ketenbedrijven als zelfstandige supermarkten zijn. Dit betreft enkel de supermarkten die ook daadwerkelijk alcoholische dranken verkopen.

Tabaksspeciaalzaken | Een winkel of een onderdeel daarvan, met een afsluitbare eigen toegang, waarin een totaal assortiment aan tabaksproducten of voor roken bestemde kruidenproducten van ten minste 90 merken versies of elektronische dampwaar van ten minste 90 merken versies aanwezig is.

Tankstations | Een pompstation waar gemotoriseerde voertuigen brandstation kunnen bijvullen. Naast de primaire verkoop van brandstof wordt ook tabak verkocht.

Thuisbezorgende landelijke ketens | Een ketensupermarkt of ketenslijterij die hun producten, waaronder alcoholische producten, bezorgen op een locatie naar wens.

Thuisbezorgkanalen | De alcohol of tabak wordt niet gekocht door een fysiek verkooppunt te betreden, maar vindt plaats via bezorging.

Webshops | Een webwinkel, speciaal ingericht op het verkopen van producten via het internet, die alcoholische producten levert op een locatie naar wens.

Weegfactor | Een getal dat aangeeft hoe zwaar het nalevingspercentage van een verkoopkanaal meetelt ten opzichte van het nalevingspercentage van een ander verkoopkanaal.

Zelfstandige slijterijen | Zelfstandige slijterijen maken geen onderdeel uitmaken van een ketenbedrijf, hebben een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf en verkopen ook daadwerkelijk alcoholhoudende dranken.

Zelfstandige supermarkten | Zelfstandige supermarkten betreffen supermarkten die geen onderdeel uitmaken van een ketenbedrijf en die ook daadwerkelijk zwak-alcoholhoudende dranken verkopen.

‘ER MAG VAN EEN SIGNIFICANT VERSCHIL GESPROKEN WORDEN ALS DE BETROUWBAAR-HEIDSINTERVALLEN ELKAAR NIET OVERLAPPEN.’

BUREAU OBJECTIEF
Toernooiveld 300
6525 EC Nijmegen
024 848 1111
info@bureauobjectief.nl
www.bureauobjectief.nl

© Bureau Objectief, Nijmegen, augustus 2022