

...

Monitor Kopen tabak door jongeren

Metingen 2016 en 2018

A. Kruize

Breuer
ONDERZOEK **& INTRAVAl**
ADVIES



Monitor Kopen tabak door jongeren

Metingen 2016 en 2018

December 2018

Colofon

©Breuer&Intraval

December 2018

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Tekst:	A. Kruize
Opmaak:	M. Haaijer
Opdrachtgever:	Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA)
ISBN:	978 90 8874 267 5



1. Inleiding

Vanaf 1 januari 2014 is de leeftijdsgrens voor de verkoop van tabaksproducten van 16 naar 18 jaar gegaan. De verstrekker is verplicht bij kopers die niet onmiskenbaar 18 jaar zijn de leeftijd te verifiëren aan de hand van een officieel leeftijdsdocument. Met de verhoging van de leeftijdsgrens wil het kabinet het aantal jongeren dat rookt terugdringen. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) wil graag meer inzicht in de naleving van deze nieuwe leeftijdsgrens en heeft daarom Breuer&Intraval opdracht gegeven het kopen en verkopen van tabaksproducten door en aan jongeren te monitoren.

In de monitor staan de volgende hoofdvragen centraal:

1. In hoeverre proberen jongeren beneden 18 jaar momenteel rookwaren¹ te kopen in speciaalzaken, tankstations, supermarkten en horecagelegenheden (kooppoging)?
2. Wordt er naar leeftijd en/of een identiteitsbewijs gevraagd bij een kooppoging van tabak?
3. In hoeverre lukt het jongeren beneden 18 jaar momenteel rookwaren te kopen in speciaalzaken, tankstations, supermarkten en horecagelegenheden (slaagkans)?

Opzet

Er is een landelijke, representatieve inventarisatie gehouden onder jongeren. Hierbij zijn jongeren in de leeftijdscategorieën 14/15-jaar en 16/17-jaar, telefonisch geënquêteerd. Er is zowel in 2018 als in 2016 een meting uitgevoerd. In 2018 zijn in totaal 2.507 jongeren geënquêteerd; 1.215 14/15-jarigen en 1.292 16/17-jarigen. In 2016 betrof het in totaal 2.302 geënquêteerde jongeren, van beide leeftijdscategorieën zijn toen 1.151 jongeren geënquêteerd.

In de enquête is gevraagd naar het feitelijk aankoopgedrag van de jongeren bij de verschillende soorten gelegenheden en de reacties daarop inzake de verificatie van de leeftijd bij het verkrijgen van tabaksproducten en/of e-sigaretten door de verstrekkers. Ook is gevraagd op welke dagen en tijdstippen de jongeren met name tabaksproducten kopen, of ze bepaalde tactieken toepassen om tabaksproducten te kunnen kopen en hoe ze aan de informatie komen over waar tabaksproducten makkelijk verkrijgbaar zijn. Er zijn voornamelijk open vragen gesteld, waarbij de antwoorden niet werden voorgelezen. Het gaat dus om spontaan door de jongeren genoemde antwoorden.

2. Belangrijkste resultaten

- Slechts een heel beperkt deel (1%) van de 14/15-jarigen koopt in 2018 wel eens tabaksproducten voor zichzelf en/of anderen. Bij de 16/17-jarigen ligt dit met 6% significant hoger. Alleen bij de 16/17-jarigen is er sprake van een afname ten opzichte van 2016: een daling van 9% in 2016 naar 6% in 2018.
- In 2018 kopen jongeren met name hun tabaksproducten of proberen dat te doen in cafetaria's (40%) en tabakswinkels (38%). Zij doen dit in mindere mate bij tankstations

¹ Bij rookwaren gaat het om tabaksproducten en dampwaren (elektronische sigaretten (e-sigaretten)).



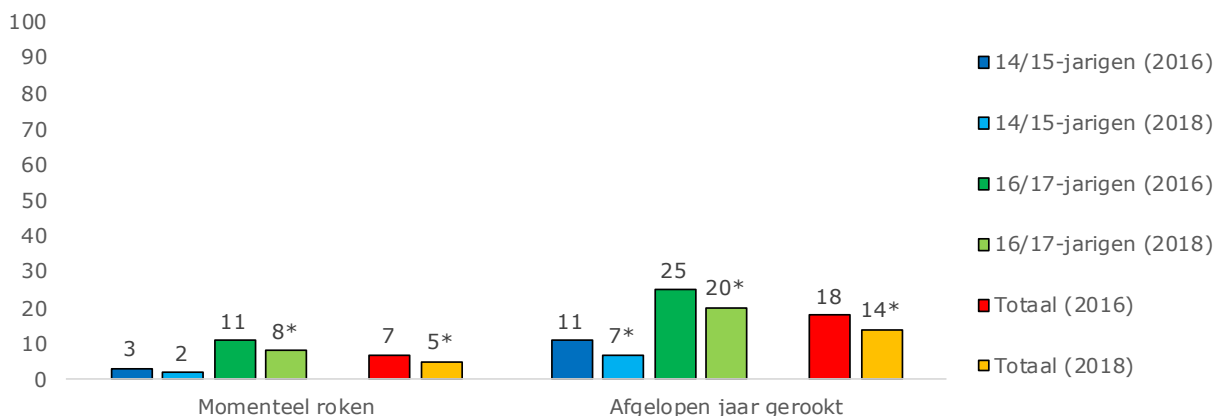
(25%). Er hebben zich hierin geen significante veranderingen voorgedaan ten opzichte van 2016.

- Het zijn in 2018 met name de tankstations en supermarkten waar jongeren naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs worden gevraagd: respectievelijk 42% en 34%. Bij horecagelegenheden is dit met 18% beduidend lager.
- In 2018 is de slaagkans bij tankstations het laagst (67%) en bij tabakswinkels het hoogst (94%). De slaagkans is bij supermarkten en tabakswinkels gestegen ten opzichte van 2016; bij supermarkten van 53% in 2016 naar 81% in 2018 en bij tabakswinkels van 62% in 2016 naar 94% in 2018.
- Het kopen van e-sigaretten komt bij jongeren in beperkte mate voor. Zo geeft in 2018 1% (n=31) van de geënquêteerde jongeren aan in het afgelopen jaar e-sigaretten te hebben gekocht of geprobeerd dat te doen. Zij kopen deze producten met name bij speciaalzaken (29%) en via internet (32%).

3. Roken

In 2018 rookt 2% van de 14/15-jarigen tijdens de interviewperiode, terwijl 7% het afgelopen jaar heeft gerookt (figuur 1). Bij de 16/17-jarigen liggen deze percentages significant hoger; van hen rookt 8% op dit moment en heeft 20% het afgelopen jaar gerookt. Bij de 14/15-jarigen is het deel dat in het jaar voorafgaande aan de meting heeft gerookt tussen 2016 en 2018 gedaald van 11% naar 7%. Bij de 16/17-jarigen is zowel het deel dat momenteel rookt als het deel dat het afgelopen jaar heeft gerookt gedaald tussen 2016 en 2018.

Figuur 1 Momenteel roken of afgelopen jaar gerookt in 2016 en 2018, in % (N= 1.151 - 2.507)



*Significant verschil met 2016, $p < 0,05$.

In het onderzoek is apart aandacht besteed aan het roken c.q. dampen van e-sigaretten. Het blijkt dat in 2018 2% van de 14/15-jarigen (25 jongeren) op dit moment e-sigaretten rookt. Bij 15 van deze 25 14/15-jarigen gaat het om e-sigaretten zonder nicotine. Ten opzichte van 2016 is er sprake van een significante stijging van minder dan 1% in 2016 naar 2% 2018.

In 2018 dampt 2% van de 16/17-jarigen (22 jongeren) e-sigaretten. Zes van deze 22 16/17-jarigen dampen e-sigaretten zonder nicotine, terwijl acht e-sigaretten met nicotine



dampen. De overige acht jongeren dampen e-sigaretten zowel met als zonder nicotine. Het percentage 16/17-jarigen dat e-sigaretten dampt laat geen significante veranderingen zien ten opzichte van 2016.

Naast het roken van sigaretten, shag en e-sigaretten is de jongeren ook gevraagd naar het roken van waterpijpen, shisha-pennen (zonder nicotine) en andere producten. In 2018 heeft 7% van de 14/15-jarigen het afgelopen jaar wel eens een waterpijp gerookt, bij de 16/17-jarigen ligt dit met 17% significant hoger. Ook het roken van andere producten wordt vaker door de 16/17-jarigen gedaan: 1% van de 14/15-jarigen versus 7% van de 16/17-jarigen. Alle jongeren die andere producten roken hebben aangegeven dat het hier gaat om het roken van een joint. Het roken van een shisha-pen (zonder nicotine) laat significante verschillen zien tussen de beide leeftijdsgroepen: 8% van de 14/15-jarigen en 11% van de 16/17-jarigen.

Zowel voor de 14/15-jarigen als voor de 16/17-jarigen geldt dat er sprake is van een daling tussen 2016 en 2018 in het percentage dat wel eens een waterpijp of een shisha-pen rookt. Zo gaf in 2016 11% van de 14/15-jarigen aan dat zij in het afgelopen jaar wel eens een waterpijp hadden gerookt, in 2018 is dit gedaald naar 7%. Bij het roken van shisha-pennen gaat het om een daling van 16% in 2016 naar 8% in 2018. Het deel van de 16/17-jarigen dat in het jaar voorafgaand aan de meting wel eens een waterpijp heeft gerookt is afgenomen van 23% in 2016 naar 17% in 2018.

Niet-kopende rokers

Het merendeel (75%) van de jongeren die in 2018 roken of het afgelopen jaar hebben gerookt, geeft aan nooit tabaksproducten voor zichzelf te kopen. Zij krijgen hun tabaksproducten met name van vrienden (84%) en in mindere mate van hun ouders (6%) of hun broers/zussen (1%). Ditzelfde beeld kwam in 2016 naar voren.

Daarnaast geven jongeren aan dat ze niet kopen omdat ze niet echt roken, ze hebben het alleen uitgeprobeerd. Deze reden om niet te kopen is gedaald van 46% in 2016 naar 28% in 2018. Door de overige jongeren worden onder meer de volgende redenen genoemd: ik krijg ze van anderen, zoals ouders en vrienden (2016: 51%; 2018: 48%); ik ben nog geen 18 (2016: 33%; 2018: 30%); sigaretten en shag zijn te duur (2016: 9%; 2018: 10%); en sigaretten en shag zijn lastig te krijgen omdat je leeftijd wordt gecontroleerd (2016: 10%; 2018: 7%).

4. Kopen van tabak

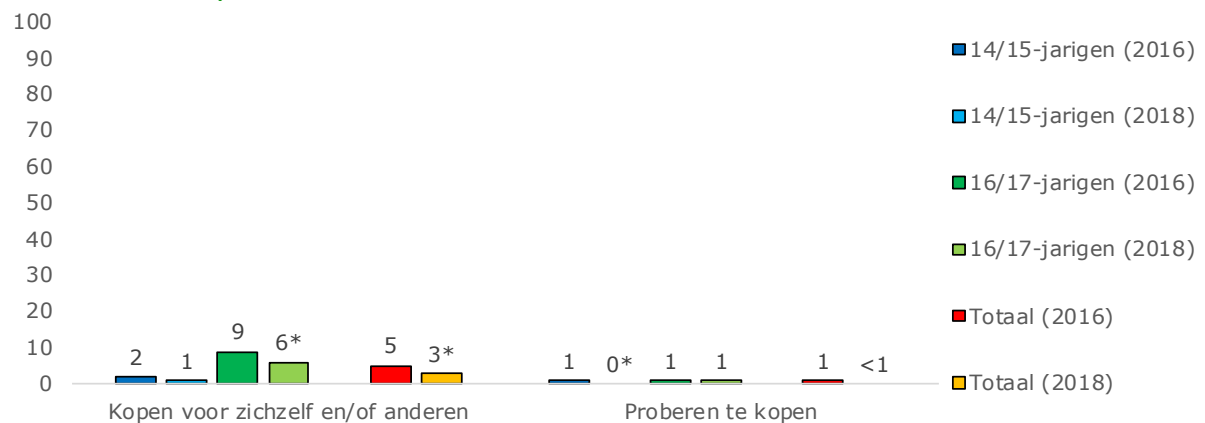
Van alle in 2018 ondervraagde 14/15-jarigen koopt 1% wel eens tabaksproducten voor zichzelf en/of voor anderen, bij 16/17-jarigen ligt dit met 6% significant hoger (figuur 2). Het percentage 16/17-jarigen dat wel eens tabaksproducten koopt voor zichzelf en/of anderen is tussen 2016 en 2018 gedaald van 9% naar 6%.

Jongeren die hebben aangegeven niet te kopen hebben we vervolgens gevraagd of zij dat wel eens geprobeerd hebben. Met proberen bedoelen we dat het uiteindelijk niet is gelukt



om de tabaksproducten mee te krijgen. Bij geen van de 14/15-jarigen is dat in 2018 het geval geweest, terwijl het bij de 16/17-jarigen om 1% gaat. Deze groep noemen we de probeerkopers. Alleen bij de 14/15-jarigen is er sprake van een significante daling ten opzichte van 2016.

Figuur 2 Kopen of proberen te kopen van tabaksproducten voor zichzelf of anderen, in % (N=1.151 – 2.507)



*Significant verschil met 2016, $p < 0,05$.

De groep (probeer)kopers (kopers en probeerkopers samen) - de primaire doelgroep van deze monitor - bestaat daarmee in 2018 uit totaal 95 jongeren en in 2016 uit 135 jongeren. In 2018 behoren 12 (alleen kopers) tot de 14/15-jarigen en 83 (73 kopers en 10 probeerkopers) tot de 16/17-jarigen. In 2016 lagen deze aantallen op respectievelijk 27 (19 kopers en 8 probeerkopers) 14/15-jarigen en 108 (99 kopers en 9 probeerkopers) 16/17-jarigen.

Kopen van e-sigaretten

Naast het kopen van tabaksproducten hebben we tevens vragen gesteld over het kopen van e-sigaretten. Het blijkt dat bij beide leeftijdsgroepen de jongeren dit vaker zijn gaan doen. Bij de 14/15-jarigen gaat het om een stijging van 0,2% (n=2) in 2016 naar 0,8% (n=10) in 2018, terwijl dit bij de 16/17-jarigen is gestegen van 0,3% (n=4) naar 1,6% (n=21).

De 31 jongeren die in 2018 e-sigaretten hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen hebben dit voornamelijk bij een tabakswinkel c.q. e-sigaret speciaalzaak (negen) of via internet c.q. een thuisbezorgkanaal (tien) gedaan. Via internet c.q. een thuisbezorgkanaal is het acht van de tien jongeren gelukt de e-sigaretten te kopen, terwijl het bij de tabakswinkel c.q. e-sigaret speciaalzaak om zes van de negen gaat.

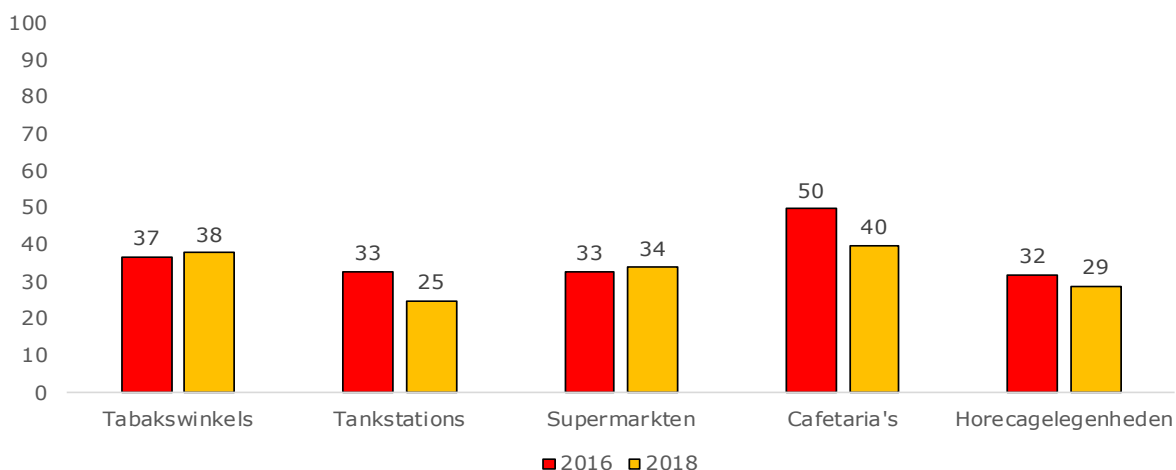
Waar kopen jongeren tabak

Aangezien het aantal 14/15-jarigen dat het afgelopen jaar wel eens tabaksproducten heeft gekocht of geprobeerd dat te doen in beide jaren (zeer) laag is, maken we in de rest van deze paragraaf geen onderscheid meer tussen de beide leeftijdscategorieën. We geven alleen de resultaten van de totale groep 14- tot en met 17-jarige (probeer)kopers weer.



Van de jongeren die in 2018 wel eens tabaksproducten hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen (n=95) heeft 40% dit bij een cafetaria gedaan (figuur 3). Voor de overige soorten gelegenheden liggen deze percentages op respectievelijk 38% bij tabakswinkels, 34% bij supermarkten, 29% bij horecagelegenheden² en 25% bij tankstations. De jongeren is tevens gevraagd of zij wel eens tabaksproducten via internet bestellen of thuis laten bezorgen. Geen van de jongeren geeft aan dit in 2018 te hebben gedaan. Ten opzichte van 2016 hebben zich geen significante veranderingen voorgedaan.

Figuur 3 Kopen of proberen te kopen van tabak naar soort gelegenheid, in % (n= 95 - 135)



Ook hebben we de jongeren gevraagd of zij van bepaalde gelegenheden weten dat ze daar makkelijk tabaksproducten kunnen kopen. Dit blijkt voor 56% in 2018 en 51% in 2016 het geval te zijn. Door deze jongeren worden in 2018 met name de volgende gelegenheden genoemd:

- avondwinkels (28%);
- cafés/discotheken (26%);
- cafetaria's (23%);
- supermarkten (19%);
- tabakswinkels (13%);
- tankstations (9%);

In 2016 kwam ongeveer hetzelfde beeld naar voren.

Jongeren horen vaak van vrienden dat ze bij bepaalde gelegenheden makkelijk tabaksproducten kunnen kopen: 61% in 2016 versus 81% in 2018. Een andere manier waarop jongeren hier achter zijn gekomen is door het daar zelf te proberen: 48% in 2016 versus 30% in 2018.

Momenten waarop jongeren tabak kopen

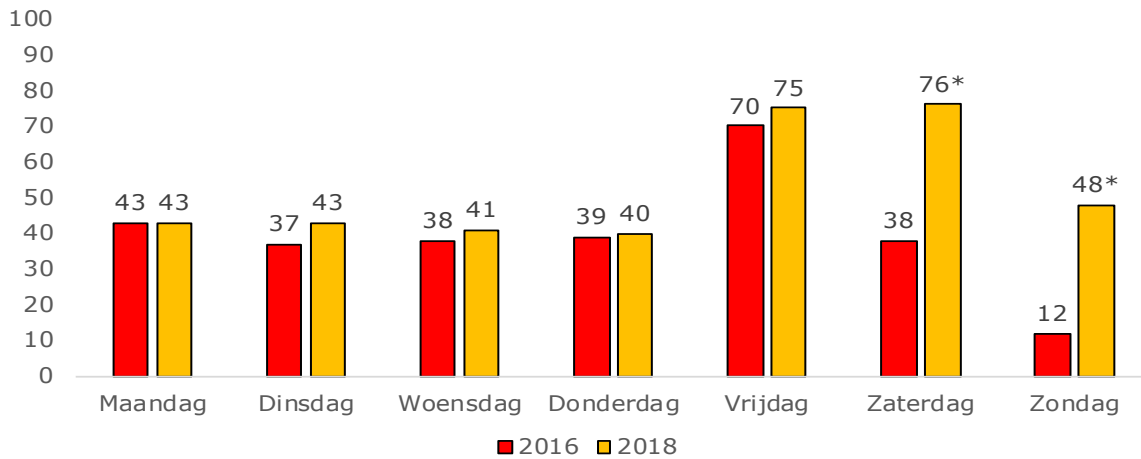
In 2018 proberen of kopen jongeren tabak met name op vrijdag (75%) en zaterdag (76%), terwijl voor de overige dagen het percentage uiteenloopt van 40% op donderdag tot 48% op zondag (figuur 4). De jongeren zijn vaker in het weekend tabaksproducten gaan kopen.

² Het gaat hierbij om horecagelegenheden zoals cafés en discotheken.



Zo is het percentage dat dit op zaterdag doet gestegen van 38% in 2016 naar 76% in 2018, terwijl het op zondag om een stijging gaat van 12% in 2016 naar 48% in 2018.

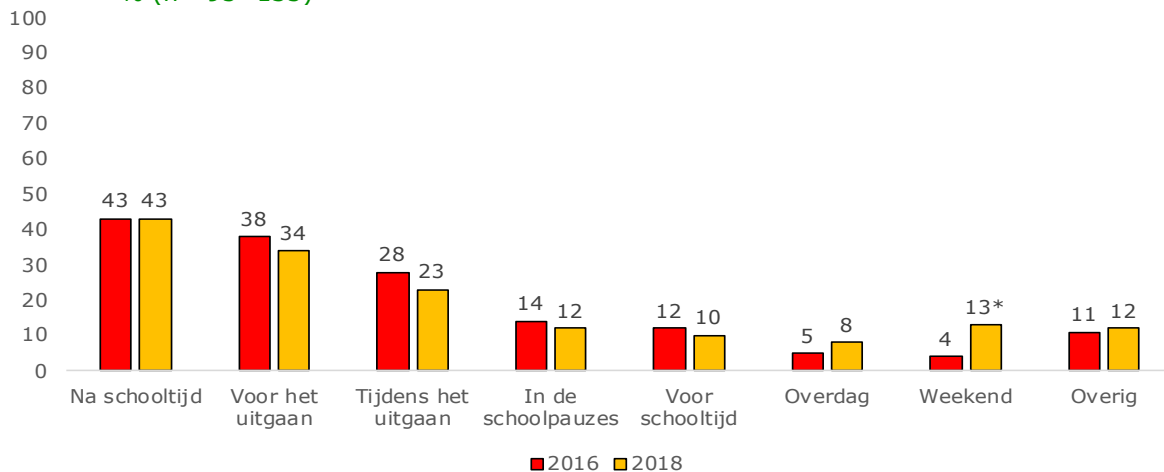
Figuur 4 Dagen waarop jongeren met name tabaksproducten kopen of proberen te kopen**, in % (n=95 -135)



*Significant verschil met 2016, $p < 0,05$; ** Meerdere antwoorden mogelijk.

Tevens is gevraagd naar de tijdstippen c.q. momenten waarop jongeren hun tabaksproducten kopen of proberen dat te doen. In 2018 doen zij dit vooral na schooltijd of voor het uitgaan, respectievelijk 43% en 34% (figuur 5). Dit komt overeen met het beeld in 2016.

Figuur 5 Tijdstippen waarop jongeren met name tabaksproducten kopen of proberen te kopen**, in % (n= 95 -135)



*Significant verschil met 2016, $p < 0,05$; **Meerdere antwoorden mogelijk.

Kooptactieken

Ongeveer een vijfde (2016: 19%; 2018: 20%) van de jongeren zegt wel eens bepaalde tactieken toe te passen om tabaksproducten te kunnen kopen, bijvoorbeeld proberen er ouder uit te zien, samen met oudere vrienden kopen of kopen op het moment dat het druk is. Jongeren zijn vaker een identiteitsbewijs van iemand anders die ouder is gaan gebruiken: 8% in 2016 tegenover 21% in 2018. Het deel van de jongeren dat wel eens



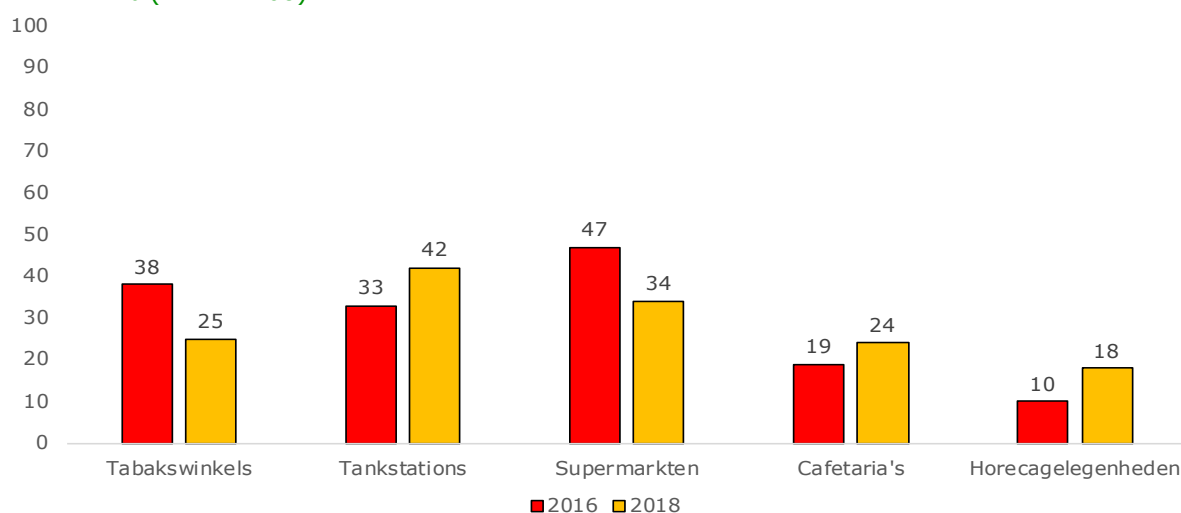
een vervalst identiteitsbewijs gebruikt is ongeveer hetzelfde gebleven: 2% in 2016 tegenover 5% in 2018.

5. Interactie verkoper-jongere

De jongeren is ook gevraagd naar de reactie van de verkoper bij de laatste keer dat zij tabaksproducten hebben gekocht (of geprobeerd hebben dat te doen) bij een tabakswinkel, tankstation, supermarkt, cafetaria of horecagelegenheid.

In 2018 is 42% van de jongeren bij de laatste keer dat zij bij een tankstation tabaksproducten probeerden te kopen naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs gevraagd, bij de cafetaria's en horecagelegenheden geldt dit voor respectievelijk 24% en 18% (figuur 6). Er is geen sprake van significante veranderingen ten opzichte van 2016.

Figuur 6 Bij de laatste keer gevraagd naar leeftijd en/of identiteitsbewijs naar soort gelegenheid, in % (n= 24 – 68)



Op de vraag van de verkoper naar leeftijd en/of identiteitsbewijs reageren de jongeren in 2018 bij horecagelegenheden met name door te zeggen dat ze 18 jaar zijn (60%), terwijl ze bij cafetaria's vooral zeggen dat ze hun identiteitsbewijs zijn vergeten (67%) (tabel 1). Deze laatste opmerking maken de jongeren ook regelmatig bij tabakswinkels (44%) en tankstations (40%). Een identiteitsbewijs van iemand anders die wel 18 is, laten zien doen de jongeren vooral bij supermarkten (36%).



Tabel 1 Reactie jongeren op vraag naar leeftijd en/of identiteitsbewijs, in % (2018) (n=9)

	Tabakswinkels n=9	Tankstations n=10	Supermarkten n=11	Cafetaria's n=9	Horecagelegenheden n=5
Zeggen dat ik mijn identiteitsbewijs ben vergeten	44	40	36	67	0
Identiteitsbewijs laten zien	22	20	18	11	20
Zeggen dat ik 18 jaar ben	22	20	9	22	60
Identiteitsbewijs van iemand anders die wel 18 is laten zien	11	10	36	0	0
Ik liet een vervalst identiteitsbewijs zien	0	10	0	0	20

Automaten

De jongeren die hebben aangegeven het afgelopen jaar wel eens tabaksproducten bij een cafetaria of andere soort horecagelegenheid te hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen, hebben we gevraagd of het hierbij ging om verkoop via een automaat of via de kassa/bar.

Van de 38 jongeren die in 2018 tabaksproducten bij een cafetaria hebben gekocht of hebben geprobeerd dat te doen heeft 47% (n=18) dit alleen via een automaat gedaan. Hiervan kan 33% (n=6) zonder tussenkomst van personeel de tabaksproducten uit de automaat halen. Dit is mogelijk omdat: alleen geld in de automaat moet worden gegoooid (3); de jongere zelf agecoins bij zich had (2); de agecoins op de automaat staan (1). 55% (n=10) kan niet zonder tussenkomst van personeel tabaksproducten uit de automaat halen. Van hen zijn zeven bij de laatste keer dat ze tabaksproducten uit een automaat haalden in een cafetaria niet gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs. Van de overige drie die wel zijn gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs, heeft één de laatste keer de tabaksproducten niet meegekregen.

Van de 28 jongeren die in 2018 tabaksproducten bij een horecagelegenheid hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen, heeft 82% (n=23) dit alleen via een automaat gedaan. Van hen kan 65% (n=15) dit altijd zonder tussenkomst van personeel doen, terwijl 30% (n=7) aangeeft dat het in alle gevallen ging om verkoop via een automaat met tussenkomst van personeel. Het kopen via een automaat zonder tussenkomst van personeel is mogelijk omdat: alleen geld in de automaat moet worden gegoooid (8); de jongere zelf agecoins bij zich heeft (3); de agecoins op de automaat staan (2); of omdat de automaat is voorzien van een id-scanner (2). Van de zeven jongeren die alleen met tussenkomst van personeel tabaksproducten uit een automaat kunnen kopen zijn vier de laatste keer gevraagd naar hun leeftijd en identiteitsbewijs, de overige drie is niks gevraagd. Overigens heeft een van de vier jongeren die de laatste keer zijn gevraagd naar leeftijd en identiteitsbewijs de tabaksproducten wel kunnen kopen.

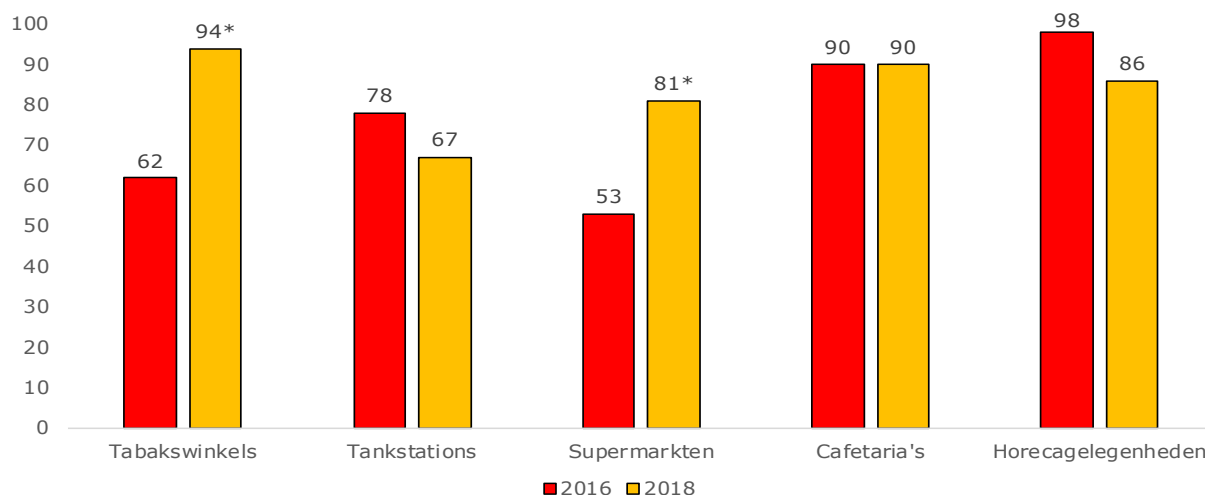


6. Slaagkans

Tot slot is de jongeren gevraagd of het de laatste keer gelukt is (slaagkans) om de tabaksproducten te kopen bij de verschillende soorten gelegenheden. De slaagkans ligt in 2018 het hoogst bij tabakswinkels (94%) en cafetaria's (90%) (figuur 7). Het is met andere woorden voor de jongeren het makkelijkst om bij tabakswinkels en cafetaria's te kopen. Het moeilijkst is het bij tankstations, daar ligt de slaagkans op 67%.

Zowel bij tabakswinkels als bij supermarkten is de slaagkans tussen 2016 en 2018 toegenomen. Bij tabakswinkels gaat het om een stijging van 62% in 2016 naar 94% in 2018, terwijl de slaagkans bij supermarkten is gestegen van 53% naar 81%.

Figuur 7 Bij de laatste keer gelukt de tabaksproducten te kopen naar soort gelegenheid, in % (n= 24 –68)



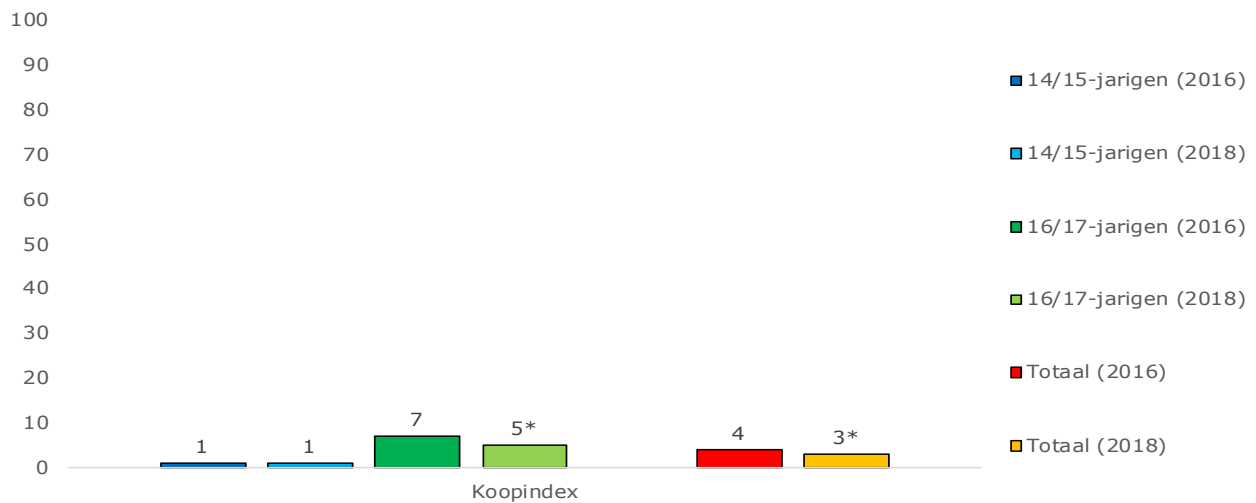
*Significant verschil met 2016, $p < 0,05$.

7. Koopindex

In deze paragraaf worden de kooppoging en de slaagkans samengevoegd tot de koopindex. Bij de kooppoging gaat het om het percentage jongeren dat wel eens tabaksproducten probeert te kopen. Dit is een actie van de jongere zelf. Bij de slaagkans gaat het om het percentage jongeren dat erin slaagt tabaksproducten te kopen. Dit percentage wordt genomen van het deel van de jongeren dat heeft geprobeerd tabaksproducten te kopen. De slaagkans is afhankelijk van de reactie van de verkoper; krijgt de jongere de tabaksproducten wel of niet mee. Binnen de koopindex worden deze beide acties samengevoegd. De koopindex geeft het percentage jongeren weer dat probeert tabaksproducten te kopen en daarin vervolgens ook slaagt; het betreft een percentage van alle jongeren.



Figuur 8 Koopindex totaal, in % (N= 1.151 – 2.507)

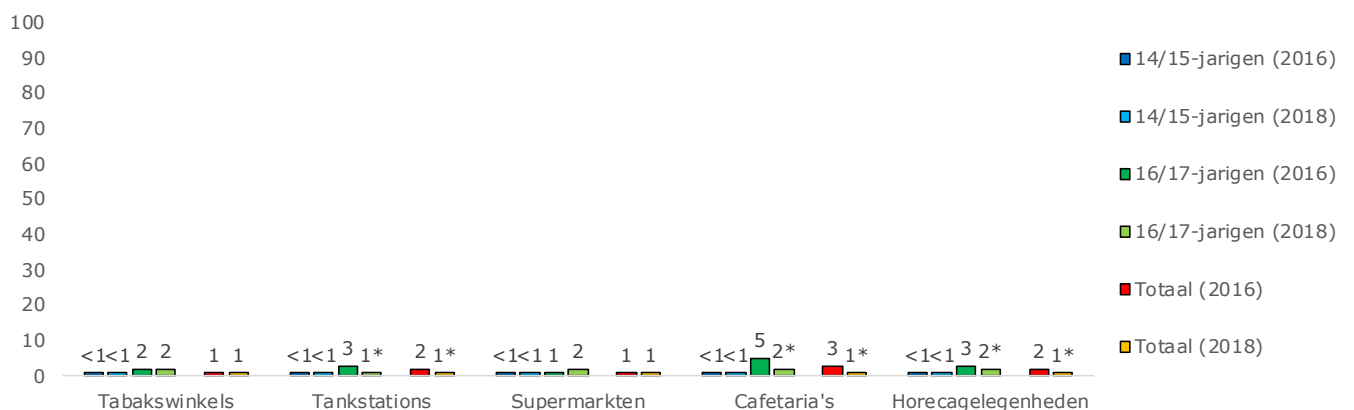


*Significant verschil met 2016, $p < 0,05$.

De totale koopindex, waarin de vier soorten gelegenheden zijn samengevoegd, ligt voor de 14/15-jarigen in zowel 2018 als 2016 op 1% (figuur 8). Bij de 16/17-jarigen ligt deze in 2018 met 5% significant hoger. Wel is bij hen ten opzichte van 2016, toen de koopindex nog op 7% lag, gedaald.

Vervolgens zijn de vier afzonderlijke soorten gelegenheden geanalyseerd. Bij de 14/15-jarigen is de koopindex voor alle soorten gelegenheden minder dan 1% (figuur 9). Dit geldt voor zowel 2018 als 2016. De koopindex bij de 16/17-jarigen ligt in 2018 significant lager dan in 2016 bij tankstations (3% in 2016 tegenover 1% in 2018), cafetaria's (5% in 2016 tegenover 2% in 2018) en horecagelegenheden (3% in 2018 tegenover 2% in 2018).

Figuur 9 Koopindex naar soort gelegenheid, in % (N= 1.151 – 2.507)



*Significant verschil met 2016, $p < 0,05$.

