NIX18

Kopen en verkrijgen van tabak door jongeren

Implicaties voor preventie, handhaving en naleving

INTRAVAL Onderzoek en Advies

nuchter

1. Inleiding

Tabaksgebruik geldt als één van de grootste gezondheidsproblemen en is de belangrijkste reden voor vroegtijdige sterfte in Nederland en daarbuiten.[1,2] In 2013 overleden in totaal 19.000 mensen aan de gevolgen van roken in Nederland.[3] Gezondheidsverlies door roken hangt af van de duur en hoeveelheid die men rookt.[4] Daarbij leidt experimenteel rookgedrag tijdens de adolescentie vaak tot roken op latere leeftijd indien niet wordt ingegrepen.[5,6]

Het beleid van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) is gericht op een daling in de prevalentie en incidentie van roken. Dit kan worden bereikt door het stoppen met roken te bevorderen en door te voorkomen dat jongeren gaan roken. Om gezondheidsschade van roken op jonge leeftijd te beperken is in de Tabakswet een leeftijdsgrens van 18 jaar opgenomen. De mate waarin deze wet het rookgedrag van jongeren daadwerkelijk kan beïnvloeden hangt af van de mate waarin deze wet wordt nageleefd en gehandhaafd.[7] Ook hebben, naast de commerciële verkoopkanalen voor tabak, sociale bronnen een grote invloed op het rookgedrag van jongeren.[8] Om het rookgedrag onder jongeren te kunnen verminderen is een integrale aanpak noodzakelijk waarin beleid, regelgeving, handhaving, bewustwording en educatie de commerciële en sociale beschikbaarheid inperken voor jongeren. Er is echter nog weinig bekend over de mate waarin deze factoren zouden moeten worden gecombineerd om te komen tot de hoogst mogelijke gezondheidswinst bij jongeren. Waarop moet men zich specifiek richten als het gaat om naleving en handhaving van de leeftijdsgrens voor roken of preventie van roken bij jongeren?

In deze factsheet combineren we in opdracht van het ministerie van VWS resultaten van twee afzonderlijke reeds uitgevoerde onderzoeken om hierop meer zicht te krijgen, namelijk het nationale nalevingsonderzoek van 2015[9] en een nationaal vragenlijstonderzoek onder jongeren naar kooppogingen van tabak[10]. Gecombineerd leveren deze twee onderzoeken belangrijke aanvullende informatie op.

Na een beknopte beschrijving van de toegepaste methoden beschrijven we allereerst welke commerciële en sociale bronnen voor tabak door Nederlandse jongeren worden gebruikt en de mate waarin tabak beschikbaar is voor jongeren in commerciële verkoopkanalen. Vervolgens combineren we de resultaten van de twee afzonderlijke onderzoeken. Daarnaast gaan we in op factoren die de efficiëntie van handhaving kunnen vergroten en de momenten waarop handhaving het hoogste effect kan sorteren.

2. Methoden

Om de landelijke naleving en de naleving per verkoopkanaal van de leeftijdsgrens van 18 jaar in kaart te brengen heeft Nuchter een Mystery Shop onderzoek uitgevoerd in het voorjaar van 2015. In dit onderzoek is de naleving bij zeven verkoopkanalen vastgesteld door 1.270 aankooppogingen van tabak te ensceneren door 17-jarigen. Daarnaast heeft

INTRAVAL onderzoek gedaan naar de kooppogingen van tabak door jongeren Hiervoor is een landelijk representatieve groep van 2.764 jongeren in de leeftijdscategorieën 14/15 jaar (2.100) en 16/17 jaar (664) telefonisch geënquêteerd. Naast het vragen naar kooppogingen is tevens gevraagd van wie ze de producten krijgen en/of door wie ze het laten kopen.

Om de resultaten van het Mystery Shop onderzoek met 17-jarigen te kunnen combineren met de resultaten van het onderzoek naar kooppogingen van tabak, hebben we uit het onderzoek kooppogingen van tabak alleen de resultaten van 16/17-jarigen meegenomen in deze factsheet. In het onderzoek naar kooppogingen van tabak zijn kooppogingen bij de horeca en cafetaria's niet als zodanig opgesplitst. We hebben daarom de nationale nalevingscijfers van deze twee verkoopkanalen samengevoegd. De verkoopkanalen van tabak die in beide onderzoeken zijn meegenomen en waarover we in deze factsheet rapporteren zijn supermarkten, tabakswinkels, tankstations, horecagelegenheden (inclusief cafetaria's) en thuisbezorgkanalen (telefonisch en online).

3. Gebruik commerciële en sociale bronnen door jongeren

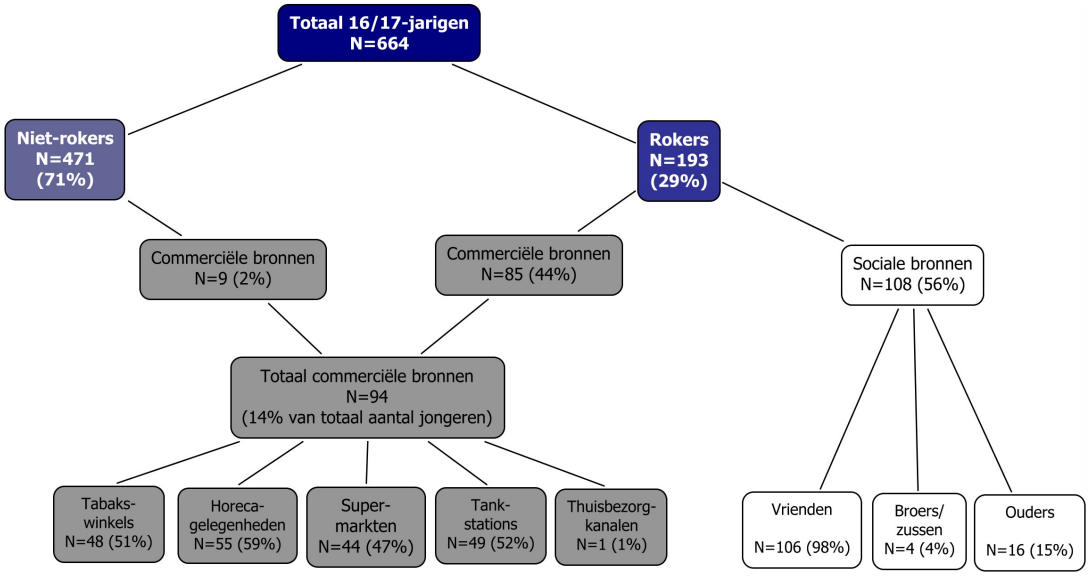
Figuur 1 geeft een overzicht van de aantallen 16/17-jarigen die roken en gebruik maken van commerciële of sociale bronnen. Van alle 16/17-jarigen heeft 29% aangegeven te roken of in het jaar voorafgaand aan het onderzoek te hebben gerookt. Van deze groep rokers heeft 44% (n=85) in het jaar voorafgaand aan het onderzoek tabak gekocht bij commerciële bronnen en 56% (n=108) heeft tabak verkregen uit sociale bronnen.

Ook een aantal niet-rokers (n=9) heeft aangegeven in het jaar voorafgaand aan het onderzoek tabak te hebben gekocht voor anderen. De groep kopers bestaat daarmee in totaal uit 94 16/17-jarigen; 14% van het totale aantal 16/17-jarigen.

Van de 16/17-jarigen die roken of in het jaar voorafgaande aan het onderzoek hebben gerookt (n=193), geeft het merendeel (56%) aan nooit sigaretten of shag voor zichzelf te kopen. Zij krijgen hun tabaksproducten met name van vrienden (98%) en in mindere mate van hun ouders (15%) of hun broers/zussen (4%). De 16/17-jarige jongeren die wel hebben aangegeven zelf te kopen is niet gevraagd of ze tabaksproducten ook uit sociale bronnen hebben verkregen.

Van de jongeren die in het jaar voorafgaande aan het onderzoek wel eens tabaksproducten hebben gekocht (n=94) heeft 59% dit bij een horecagelegenheid gedaan of geprobeerd dat te doen (figuur 1). Voor de overige soorten gelegenheden liggen deze percentages lager, namelijk op respectievelijk 51% bij tabakswinkels, 52% bij tankstations en 47% bij supermarkten. De jongeren is tevens gevraagd of zij wel eens tabaksproducten via internet bestellen of thuis laten bezorgen. Slechts één jongere (1%) geeft aan dit het afgelopen jaar te hebben gedaan. Van de jongeren die tabaksproducten bij horecagelegenheden hebben gekocht (n=55) heeft 53% dit via een automaat gedaan, 25% aan de bar en 22% zowel via een automaat als aan de bar.

Figuur 1 Schematisch overzicht rookgedrag en verkrijgen van tabak door 16/17-jarigen jongeren*



* Rokers betekent jongeren die in het jaar voorafgaand aan het onderzoek hebben gerookt. Meerdere antwoorden bij commerciële en sociale bronnen mogelijk.
Bron: vragenlijstonderzoek INTRAVAL.

De 16/17-jarigen is per soort commerciële bron (behalve bij thuisbezorgkanalen) gevraagd hoe vaak zij daar het afgelopen jaar tabaksproducten hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen. Op basis van deze antwoorden is het totaal aantal kooppogingen in het afgelopen jaar berekend. In totaal hebben de geënquêteerde jongeren 6.270 kooppogingen in het afgelopen jaar gedaan. In tabel 1 is de verdeling over de verschillende soorten gelegenheden weergegeven. In horecagelegenheden en bij tankstations worden gemiddeld in een jaar 18 kooppogingen door kopende jongeren gedaan. Bij de overige soorten gelegenheden ligt dit aantal op gemiddeld 16 bij tabakswinkels en 15 bij supermarkten.

Tabel 1 Kooppogingen tabak (N=94; 14% van de 16/17-jarigen) per jaar naar soort commerciële bronnen

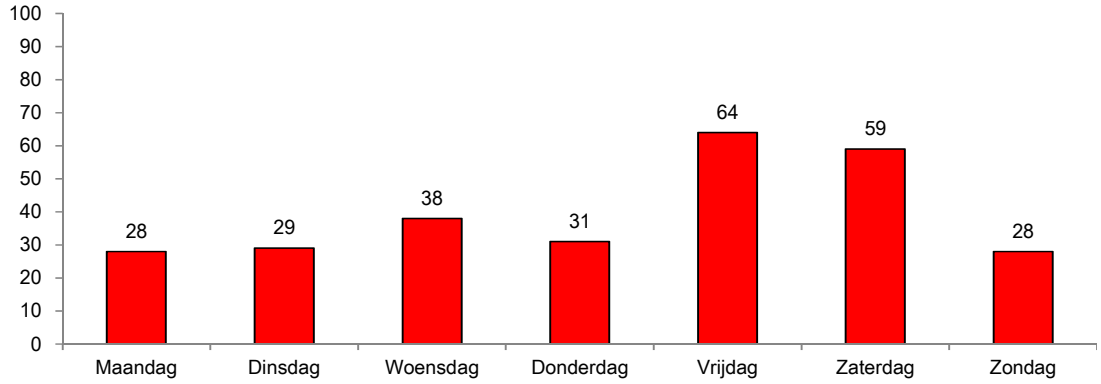
Commerciële bron	Gemiddeld aantal kooppogingen per jongere	Aantal kooppogingen (n=94)	%
Horecagelegenheden	18	1.680	27
Tankstations	18	1.650	26
Tabakswinkels	16	1.524	24
Supermarkten	15	1.416	22
Totaal*	-	6.270	100

* Exclusief thuisbezorgkanalen.
Bron: vragenlijstonderzoek INTRAVAL.

Momenten waarop jongeren tabak kopen

De 16/17-jarige kopers kopen hun tabaksproducten met name op vrijdag (64%) en zaterdag (59%) (figuur 2). Uit nadere analyses blijkt dat het kopen van tabaksproducten op vrijdag en zaterdag bij alle vier de soorten gelegenheden gebeurt. Op woensdag doen jongeren dit met name bij tankstations en supermarkten.

Figuur 2 Dagen waarop 16/17-jarige jongeren met name tabaksproducten kopen*, in % (n=94)



* Meerdere antwoorden mogelijk.
Bron: vragenlijstonderzoek INTRAVAL.

Tevens is gevraagd naar de tijdstippen waarop jongeren hun tabaksproducten kopen. Hieruit blijkt dat ze dit met name voor het uitgaan (45%) en na schooltijd doen (40%).

Een beperkt deel (17%) van de 16/17-jarigen die in het jaar voorafgaand aan het onderzoek aankooppogingen hebben ondernomen zegt wel eens bepaalde tactieken toe te passen om tabaksproducten te kunnen kopen, zoals proberen er ouder uit te zien, samen met oudere vrienden kopen of kopen op het moment dat het druk is.

4. Verkrijgbaarheid tabak bij commerciële verkoopkanalen

In tabel 2 is de slaagkans voor tabaksproducten van ieder verkoopkanaal weergegeven. De naleving van de leeftijdsgrens van tabak bedraagt gemiddeld 27% (gewogen gemiddelde). Jongeren van 17 jaar blijken significant het minst te slagen in het aankopen van tabak bij supermarkten (42%), gevolgd door tabakswinkels (64%). Bij beide gelegenheden ligt de slaagkans significant lager dan bij de horecagelegenheden (84%), tankstations (82%) en thuisbezorgkanalen (90%).

Tabel 2 Slaagkans tabak naar soort commerciële bron, in %

Commerciële bron	Slaagkans
Thuisbezorgkanalen	90
Horecagelegenheden	84
Tankstations	82
Tabakswinkels	64
Supermarkten	42

Bron: Mystery Shop onderzoek Nuchter.

5. Gebruik van commerciële verkoopkanalen en naleving

In tabel 3 wordt de nalevingsindex voor tabak weergegeven. Deze index is samengesteld uit het percentage jongeren dat niet koopt (normatieve naleving van de leeftijdsgrens zoals omschreven in de Tabakswet) en het percentage gelegenheden dat niet verstrekt

(wettelijke naleving van de leeftijdsgrens zoals omschreven in de Tabakswet). Door een gemiddelde van deze twee percentages te berekenen ontstaat de nalevingsindex. Deze index loopt van nul tot 100. Nul betekent dat niemand naleeft, dus alle jongeren kopen en alle verstrekkers van dat type verkoopkanaal verstrekken, terwijl 100 betekent dat iedereen, jongeren en gelegenheden, naleeft. De horecagelegenheden scoren met 54% het laagst, terwijl de supermarkten met 76% het hoogst scoren.

Tabel 3 Nalevingsindex tabak*

	Jongeren die niet kopen**, in% (N=664)	Verstrekkers die niet verkopen, in %	Nalevingsindex, in %	Rangorde
Supermarkten	93	58	76	1
Tabakswinkels	93	36	65	2
Tankstations	93	18	55	3
Horecagelegenheden	92	16	54	4

*In de tabel staan afgeronde percentages, de nalevingsindex is berekend met onafgeronde percentages.
** Deze groep bestaat uit 471 niet-rokers en 193 rokers. Van de rokers verkrijgt 56% hun tabaksproducten uit sociale bronnen.

Door het percentage 16/17-jarigen dat kooppogingen onderneemt van alle 16/17-jarigen (N=664) te vermenigvuldigen met de slaagkans en te delen door 100 kan de koop-slaagindex worden berekend. De koop-slaagindex ligt voor de supermarkten op 3% (tabel 4). Dit wil zeggen dat 3% van alle 16/17-jarigen wel eens tabaksproducten koopt bij een supermarkt en er ook in slaagt deze producten mee te krijgen. Met andere woorden voor het merendeel van alle 16/17-jarigen in dit onderzoek (97% (100 – 3%)) lukt het niet tabaksproducten te kopen in supermarkten, doordat jongeren geen gebruik maken van deze commerciële bron (93%) of doordat zij door een correcte naleving van de supermarkten er niet in slagen de tabaksproducten te kopen (4%). Bij de overige gelegenheden loopt de koop-slaagindex uiteen van 5% bij de tabakswinkels tot 7% bij de horecagelegenheden.

Tabel 4 Koop-slaagindex tabak*

	Kooppogingen, in % (N=664)	Slaagkans, in %	Koop-slaagindex, in %	Rangorde
Horecagelegenheden: totaal	8	84	7	1
Horecagelegenheden: automaat	6	91	6	2
Tankstations	7	82	6	2
Tabakswinkels	7	64	5	3
Supermarkten	7	42	3	4

*In de tabel staan afgeronde percentages, de koop-slaagindex is berekend met onafgeronde percentages.

Het aantal geslaagde kooppogingen is vervolgens geëxtrapoleerd naar geschatte landelijke aantallen. Bij horecagelegenheden en tankstations slagen naar schatting zo'n 800.000 aankooppogingen per jaar door jongeren van 16 en 17 jaar (tabel 5). Bij tabakswinkels is het geschatte aantal geslaagde aankooppogingen per jaar ongeveer 580.000 in deze leeftijdsgroep. In supermarkten slagen jongeren van 16 en 17 jaar er het minst vaak in om tabak te kopen. Ook in dit verkoopkanaal slagen, echter, nog steeds naar schatting zo'n 350.000 aankooppogingen per jaar.

Tabel 5 Geslaagde kooppogingen tabak per jaar*

	Gemiddeld aantal kooppogingen per jongere per jaar	Slaagkans, in %	Gemiddeld aantal geslaagde koop-pogingen per jongere per jaar	Geschatte aantal geslaagde aankoop-pogingen door 16/17-jarigen in NL (14% van N=401.214**= 56.170)***	Rangorde
Horecagelegen-heden	18	84	15	842.550	1
Tankstations	18	82	14	808.848	2
Tabakswinkels	16	64	10	578.551	3
Supermarkten	15	42	6	353.871	4
Totaal	-	-	-	2.583.820	-

* In de tabel staan afgeronde aantallen en percentages, de berekeningen zijn uitgevoerd met onafgeronde aantallen en percentages.
**CBS, Juli 2015.
***Voorbeeld berekening tankstations: 14,4 (gemiddeld aantal geslaagde kooppogingen per koper)* 56.170 = 808.848.

Uit het aantal geslaagde aankooppogingen per verkoopkanaal blijkt dat handhaving voor het naleven van de leeftijdsgrens van tabak het meest zinvol is in horecagelegenheden en tankstations, gevolgd door tabakswinkels. Supermarkten staan in de rangorde op een vierde plek. Thuisbezorgkanalen zijn in veel mindere mate relevant voor handhaving vergeleken met de andere verkoopkanalen, omdat dit verkoopkanaal nauwelijks (1%) wordt gebruikt door jongeren.

6. Conclusies voor preventie, naleving en handhaving

Uit het combineren van beide onderzoeken blijkt dat 16/17-jarige rokende jongeren voornamelijk (56%) gebruik maken van sociale bronnen, en dan met name van hun vrienden. Het gebruik van sociale bronnen is waarschijnlijk hoger, omdat sociale bronnen bij de kopende jongeren niet zijn meegenomen. Bij het effectief beperken van de beschikbaarheid van tabak voor jongeren dient preventie zich vooral te richten op het tegengaan van het verstrekken van tabaksproducten aan minderjarige jongeren door andere jongeren en ouders. Een normverandering bij meerderjarige jongeren en ouders in de wederverstrekking van tabaksproducten aan minderjarigen is hierbij van belang.

Naast sociale bronnen maakt 44% van de rokende jongeren tevens gebruik van commerciële bronnen bij het kopen van tabak. De frequentie waarin 16/17-jarige de verschillende verkoopkanalen gebruiken loopt niet veel uiteen. Horecagelegenheden en tankstations worden slechts 2 tot 5 procentpunt vaker gebruikt voor het verkrijgen van tabak dan tabakswinkels en supermarkten. Ook blijkt dat een laag nalevingscijfer (hoge slaagkans) van een specifiek verkoopkanaal niet per definitie hoeft te betekenen dat handhaving bij dit verkoopkanaal ook veel gezondheidswinst oplevert. Dit is namelijk ook afhankelijk van de mate waarin dit verkoopkanaal ook daadwerkelijk wordt gebruikt door jongeren. Momenteel is de meeste winst bij jongeren te behalen door intensievere handhaving bij horecagelegenheden, zowel voor verkoop aan de bar als verkoop via automaten, en tankstations, gevolgd door tabakswinkels. Supermarkten staan in deze rangorde op de vierde plek. De handhaving van de naleving van de leeftijdsgrens voor

tabak bij thuisbezorgkanalen levert de minste winst op, aangezien jongeren hiervan nauwelijks gebruik maken.

Vrijdag- en zaterdagavond zijn de tijdstippen waarop jongeren met name kopen, handhaving is op deze tijdstippen het meest zinvol voor alle verkoopkanalen. Daarnaast is handhaving op woensdag na schooltijd relevant voor tankstations en supermarkten. Dit zijn ook de momenten waarop verstrekkers zelf nog alerter moeten zijn op het goed naleven van de leeftijdsgrens voor tabak. Tevens geeft 17% van de kopende jongeren aan wel eens aankooptactieken te gebruiken. Ondanks het geringe aantal is het voor verstrekkers en handhavers wel van belang hieraan aandacht te besteden.

De cijfers uit de gecombineerde onderzoeken zijn slechts een momentopname (cross-sectionele data). Het is aannemelijk dat naleving, handhaving en gebruik van bronnen door jongeren samenhangen en elkaar over de tijd beïnvloeden. Meer onderzoek is nodig om deze mogelijke samenhang daadwerkelijk aan te kunnen tonen. Dit onderstreept eveneens het belang om deze resultaten over de tijd heen te monitoren om een (nog) efficiëntere integrale aanpak te kunnen realiseren

Referenties

[1] World Health Organization (WHO) (2011). Globus status report on alcohol and health. World Health Organization, Geneve, Zwitserland.

[2] Gelder BM, Van Poos MJJC, Zantinge EM (2011). Wat zijn de mogelijke gezondheidsgevolgen van roken? In: Volksgezondheid Toekomst Verkenning, Nationaal Kompas Volksgezondheid\Gezondheidsdeterminanten\Leefstijl\Roken. RIVM, Bilthoven.

[3] www.rivm.nl

[4] Volksgezondheidenzorg.info. Volksgezondheid Toekomst Verkenning, Nationaal Kompas Volksgezondheid; http://www.nationaalkompas.nl. RIVM, Bilthoven.

[5] Chassin, L, C.C. Presson, J.S. Rose, S.J. Sherman. M. Todd (1996). The natural history if cigarette smoking from adolescence to adulthood: demographic predictors of continuity and change. Health Psychology 1996, 15(6), blz. 478-484.

[6] World Health Organization (WHO) (1998). Tabacco use by children: a peadiatric disease. World Health Organization (factsheet no. 197), Geneve, Zwitserland.

[7] Reynolds, R.I. (2003). Building Confidence in Our Communities. London, London Drug Policy Forum.

[8] Verdurmen, J. K. Monshouwer, S. Dorsselaer, S. Lokman, E. Vermeulen-Smit, W. Vollebergh (2012). Jeugd en riskant gedrag 2011: Kerngegevens uit het peilstationonderzoek scholieren. Trimbos Instituut, Utrecht.

[9] Schelleman-Offermans, K. & Roodbeen, R. (2015). Alcohol & tabaksverkoop aan jongeren 2015. Landelijke naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar voor de Drank- en Horecawet en Tabakswet. Nuchter Kenniscentrum Leeftijdsgrenzen, Nijmegen.

[10] Kruize, A., Bieleman, B. (2015). Onderzoek kopen tabak door jongeren. Meting 2014. INTRAVAL, Groningen-Rotterdam.

COLOFON

© St INTRAVAL & Nuchter B.V.

Postadres
Postbus 1781
9701 BT Groningen
E-mail info@intraval.nl

St. Jansstraat 2C
Telefoon 050 - 313 40 52
Email: info@intraval.nl

Jonkerbosplein 52
Telefoon 024 - 352 98 54
Email: info@nuchter.nl

November 2015

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 (INTRAVAL), K. Schelleman-Offermans (Nuchter, Maastricht University/CAPHRI), R. Roodbeen (Nuchter), B. Bieleman (INTRAVAL)
OPDRACHTGEVER	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
OPMAAK	M. Haaijer (INTRAVAL)
OMSLAG	M. Planken (Nuchter)

ISBN 978 90 8874 213 2