NIX18
NIET ROKEN - NIET DRINKEN

METING 2016

Monitor kopen tabak door jongeren

A Kruize

B. Bieleman

INTRAVAL
Onderzoek en Advies

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 onderzoeks- en adviesbureau 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 tabaksproducten en/of elektronische sigaretten (e-sigaretten) 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 tabaksproducten en/of elektronische sigaretten 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. Van beide leeftijds-categorieën zijn 1.151 jongeren geënquêteerd. De totale groep komt daarmee op 2.302 geënquêteerde jongeren.

In de enquête is gevraagd naar het feitelijk aankoopgedrag van de jongeren bij de verschillende soorten gelegenheden en de reacties daarop met betrekking tot de verificatie van de leeftijd bij het verkrijgen van tabaksproducten en/of e-sigaretten door de verstrekkers. Bovendien 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.

De opzet van de huidige meting komt grotendeels overeen met de meting die INTRAVAL in 2014 heeft uitgevoerd. Aan het einde van elke paragraaf gaan we in op de ontwikkelingen die zich tussen de huidige meting in 2016 en de meting in 2014 hebben voorgedaan.

2. Belangrijkste resultaten

- Slechts een klein deel (2%) van de 14/15-jarigen koopt wel eens tabaksproducten voor zichzelf en/of anderen. Bij de 16/17-jarigen ligt dit met 9% significant hoger. Bij beide leeftijdscategorieën is er sprake van een daling ten opzichte van 2014: bij de 14/15-jarigen is het gedaald van 4% in

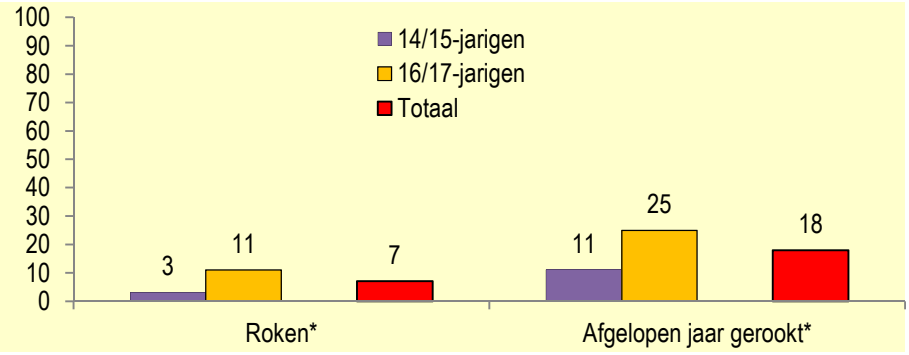
2014 naar 2% in 2016, terwijl het bij de 16/17-jarigen om een daling gaat van 14% in 2014 naar 9% in 2016.

- Jongeren kopen hun tabaksproducten of proberen dat te doen met name in cafetaria's (55%). Voor de overige gelegenheden liggen deze percentages op: 37% bij tabakswinkels; 33% bij tankstations; 33% bij supermarkten; en 32% bij horecagelegenheden (zoals cafés en discotheken).
- Het zijn met name de supermarkten waar jongeren naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs worden gevraagd (47%). Bij cafetaria's en horecagelegenheden ligt dit percentage beduidend lager met respectievelijk 19% en 10%.
- De supermarkten leven de leeftijdsgrens het beste na, de slaagkans ligt hier op 53%. Bij de overige soorten gelegenheden loopt dit uiteen van 62% bij tabakswinkels tot 98% bij horecagelegenheden. De slaagkans bij tabakswinkels is tussen 2014 en 2016 gedaald van 82% naar 65%.
- Het roken en kopen van e-sigaretten komt bij jongeren weinig voor. Zo geeft 7% van de geënquêteerde jongeren aan in het afgelopen jaar een e-sigaret te hebben gerookt, terwijl minder dan 1% (n=6) het afgelopen jaar e-sigaretten heeft gekocht of geprobeerd heeft dat te doen.

3. Roken

Van de 14/15-jarigen rookt 3% op dit moment, terwijl 11% het afgelopen jaar heeft gerookt (figuur 1). Bij de 16/17-jarigen liggen deze percentages beduidend hoger; van hen rookt 11% op dit moment en heeft 25% het afgelopen jaar gerookt.

Figuur 1 Roken of afgelopen jaar gerookt, in % (N= 1.151 – 2.302)



* Significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, p < 0,05.

In het onderzoek is apart aandacht besteed aan het roken c.q. dampen van e-sigaretten. Het blijkt dat minder dan 1% van de 14/15-jarigen (negen jongeren) op dit moment e-sigaretten rookt. Bij zeven van deze negen 14/15-jarigen gaat het om e-sigaretten zonder nicotine. Van de 16/17-jarigen rookt c.q. dampt bijna 2% (18 jongeren) e-sigaretten. Acht van de 18 16/17-jarigen roken e-sigaretten zonder nicotine, terwijl zeven e-sigaretten met nicotine roken c.q. dampen. De overige drie jongeren roken c.q. dampen zowel e-sigaretten met als zonder nicotine. Het deel van de jongeren dat in het afgelopen jaar e-sigaretten heeft gerookt c.q. gedampt verschilt tussen beide leeftijdscategorieën: 5% van de 14/15-jarigen versus 7% van de 16/17-jarigen.

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. Van de 14/15-jarigen heeft 11% het afgelopen jaar wel eens een waterpijp gerookt, bij de 16/17-jarigen ligt dit met 23% significant hoger. Ook het roken van andere producten wordt vaker door de 16/17-jarigen gedaan: 2% van de 14/15-jarigen versus 9% 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 geen significante verschillen zien tussen de beide leeftijdsgroepen: 16% van de 14/15-jarigen en 17% van de 16/17-jarigen.

Niet-kopende rokers

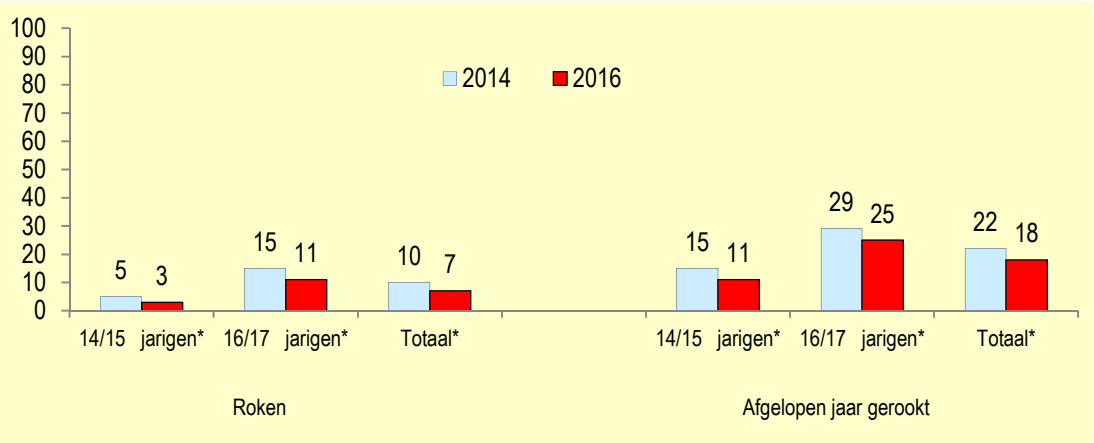
Het merendeel (75%) van de jongeren die roken of het afgelopen jaar hebben gerookt, geeft aan nooit sigaretten of shag voor zichzelf te kopen. Jongeren die wel roken of het afgelopen jaar hebben gerookt maar niet zelf sigaretten of shag kopen, krijgen hun tabaksproducten met name van vrienden (79%). Ze krijgen de producten in mindere mate van hun ouders (9%) of hun broers/zussen (2%). Er bestaan hierbij geen significante verschillen tussen de 14/15-jarigen en 16/17-jarigen.

De voornaamste redenen waarom zij niet kopen zijn: ik heb het alleen uitgeprobeerd (46%); ik ben nog geen 18 (30%); sigaretten en shag zijn lastig te krijgen omdat je leeftijd wordt gecontroleerd (6%); en sigaretten en shag zijn te duur (7%).

Vergelijking 2014

Zowel bij de 14/15-jarigen als bij de 16/17-jarigen is het percentage jongeren dat rookt gedaald. In 2016 rookt 3% van de 14/15-jarigen op dit moment en heeft 11% het afgelopen jaar gerookt (figuur 2). Bij de vorige meting in 2014 lagen deze percentages op respectievelijk 5% en 15%. Bij de 16/17-jarigen gaat het bij het roken op dit moment om een daling van 15% in 2014 naar 11% in 2016, terwijl het percentage dat het afgelopen jaar heeft gerookt is gedaald van 29% in 2014 naar 25% in 2016.

Figuur 2 Roken of het afgelopen jaar gerookt 2014 en 2016, in % (N= 664 – 2.764[1])



* Significant verschil tussen 2014 en 2016, p < 0,05.

Het roken c.q. dampen van een e-sigaret is tussen 2016 en 2014 nauwelijks veranderd. In 2016 heeft 7% van de geënquêteerde jongeren het afgelopen jaar een e-sigaret gerookt c.q. gedampt, terwijl het

[1] Aangezien de verdeling naar leeftijd binnen de respondentengroep van 2014 niet geheel overeenkomt met de daadwerkelijke leeftijdsverdeling is bij de berekening van het totaal een weging toegepast.

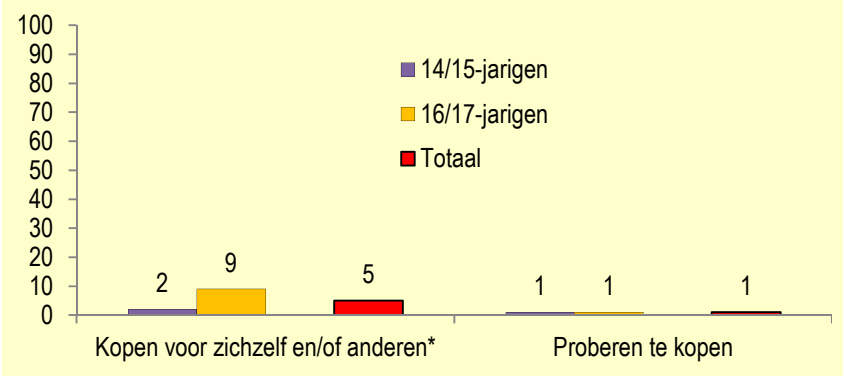
in 2014 om 6% ging. Het roken van andere producten is wel gedaald tussen 2014 en 2016. Zo heeft 22% van de jongeren in 2014 wel eens een waterpijp gerookt in 2016 is dit gedaald naar 17%. Het roken van een shisha-pen is eveneens gedaald van 22% naar 17%, terwijl het roken van een joint is afgenomen van 7% in 2014 naar 5% in 2016. Bij de twee afzonderlijke leeftijdscategorieën zien we dat het roken van een waterpijp en van een shisha-pen bij beide leeftijdsgroepen is gedaald, terwijl het roken van een joint alleen bij de 16/17-jarigen is afgenomen.

In beide jaren zegt het merendeel (70% in 2014 en 75% in 2016) van de jongeren die roken of het afgelopen jaar hebben gerookt nooit sigaretten of shag voor zichzelf te kopen. Zij krijgen de tabaksproducten met name van hun vrienden (85% in 2014 en 79% in 2016) en in mindere mate van hun ouders (7% in 2014 en 9% in 2016) of hun broers/zussen (2% in 2014 en 2016).

4. Kopen van tabak

Van alle ondervraagde 14/15-jarigen koopt 2% wel eens tabaksproducten voor zichzelf en/of voor anderen, bij 16/17-jarigen ligt dit met 9% significant hoger (figuur 3). 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. Van beide leeftijdscategorieën heeft 1% dit in 2016 wel eens geprobeerd. Deze groep noemen we de probeerkopers.

Figuur 3 Kopen of proberen te kopen van tabaksproducten voor zichzelf of anderen, in % (N=1.151 – 2.302)



* Significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, $p < 0,05$.

De groep (probeer)kopers (kopers en probeerkopers samen), de doelgroep van deze monitor, bestaat daarmee in totaal uit 135 jongeren. Van hen behoren 27 (19 kopers en 8 probeerkopers) tot de 14/15-jarigen en 108 (99 kopers en 9 probeerkopers) tot de 16/17-jarigen.

Kopen van e-sigaretten

Naast het kopen van tabaksproducten hebben we tevens vragen gesteld over het kopen van e-sigaretten met nicotine. Het blijkt dat twee 14/15-jarigen en vier 16/17-jarigen dit het afgelopen jaar hebben gedaan of geprobeerd hebben dat te doen. Drie van hen hebben de e-sigaretten gekocht of geprobeerd dat te doen bij een tabakswinkel, één bij een supermarkt, één bij een drogist en eveneens één via internet c.q. een thuisbezorgkanaal. Bij drie jongeren is het uiteindelijk ook gelukt

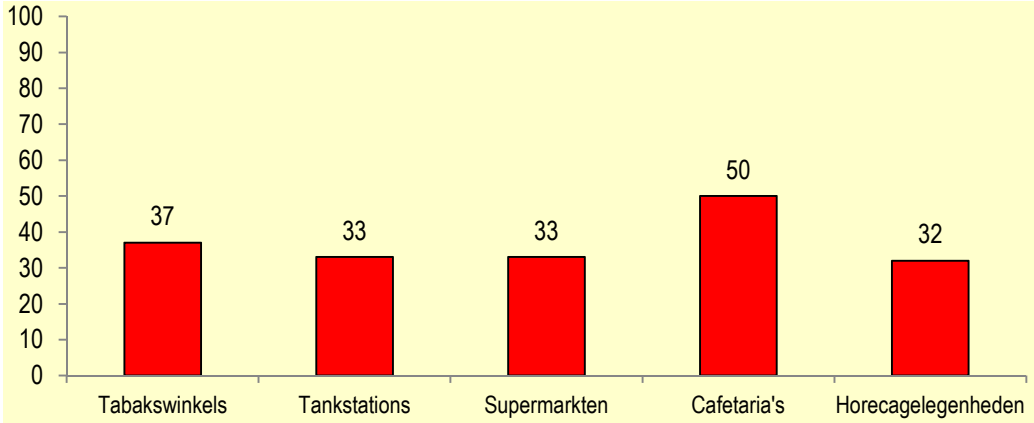
om de e-sigaretten te kopen. Deze jongeren zijn er bij een tabakswinkel, supermarkt en via internet in geslaagd om de e-sigaretten te kopen.

Waar kopen jongeren tabak

Aangezien het aantal 14/15-jarigen dat het afgelopen jaar wel eens tabaksproducten heeft gekocht of geprobeerd dat te doen 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 het afgelopen jaar wel eens tabaksproducten hebben gekocht (n=135) heeft 50% dit bij een cafetaria gedaan of geprobeerd dat te doen (figuur 4). Voor de overige soorten gelegenheden liggen deze percentages op respectievelijk 37% bij tabakswinkels, 33% bij tankstations, 33% bij supermarkten en 32% bij horecagelegenheden[2]. De jongeren is tevens gevraagd of zij wel eens tabaksproducten via internet bestellen of thuis laten bezorgen. Slechts twee jongeren geven aan dit het afgelopen jaar te hebben gedaan.

Figuur 4 Kopen of proberen te kopen van tabak naar soort gelegenheid, in % (n= 135)



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

- cafetaria's (33%);
- tankstations (22%);
- avondwinkels (16%);
- supermarkten (15%);
- cafés/discotheken (12%);
- tabakswinkels (10%).

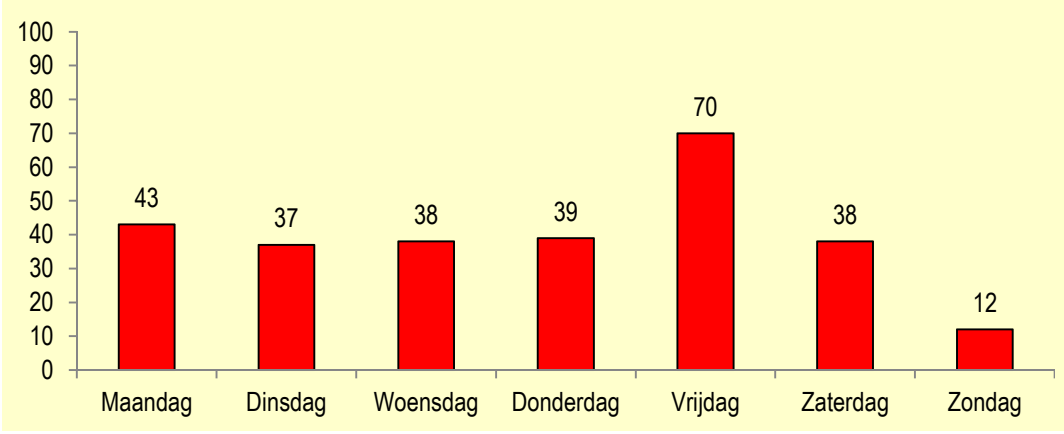
Jongeren horen vaak van vrienden dat ze bij bepaalde gelegenheden makkelijk tabaksproducten kunnen kopen (61%). Een andere manier waarop jongeren hier achter zijn gekomen is door het daar zelf te proberen (48%).

[2] Het gaat hierbij om horecagelegenheden zoals cafés en discotheken.

Momenten waarop jongeren tabak kopen

Jongeren proberen of kopen hun tabaksproducten met name op vrijdag (70%), terwijl zondag de dag is waarop jongeren dit het minst (12%) doen (figuur 5). Voor de overige dagen loopt het percentage uiteen van 37% op dinsdag tot 43% op maandag.

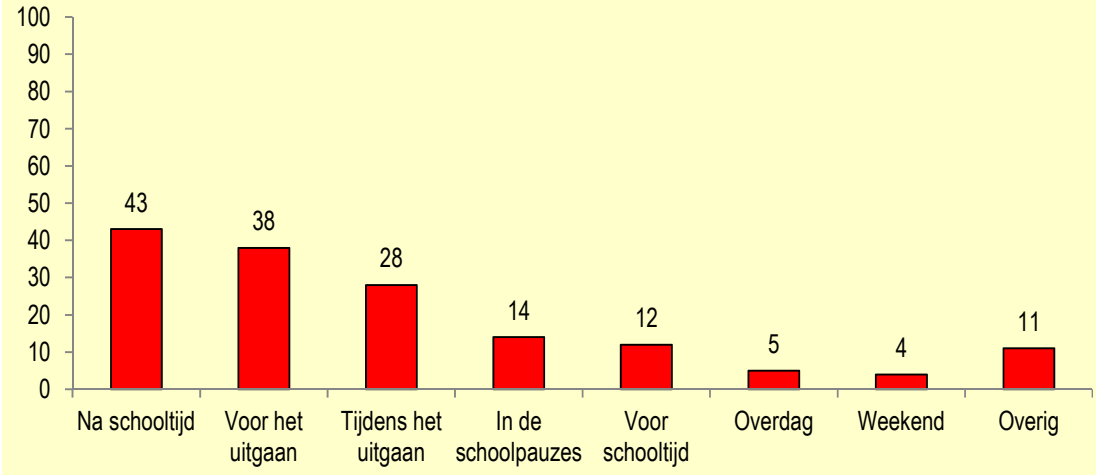
Figuur 5 Dagen waarop jongeren met name tabaksproducten kopen of proberen te kopen*, in % (n=135)



* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tevens is gevraagd naar de tijdstippen c.q. momenten waarop jongeren hun tabaksproducten kopen of proberen dat te doen. Zij doen dit vooral na schooltijd of voor het uitgaan, respectievelijk 43% en 38% (figuur 6).

Figuur 6 Tijdstippen waarop jongeren met name tabaksproducten kopen of proberen te kopen*, in % (n= 135)



* Meerdere antwoorden mogelijk.

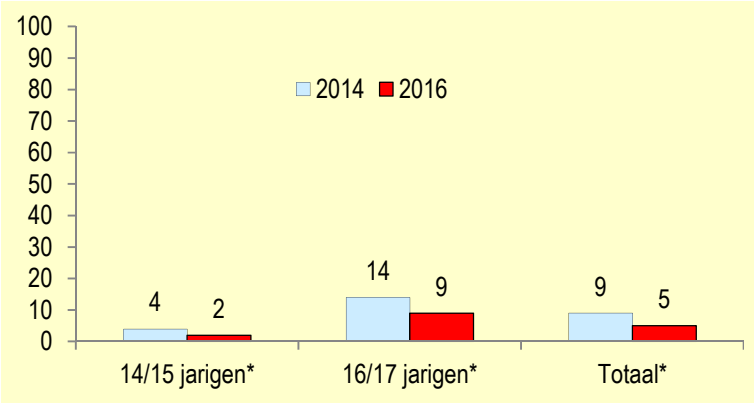
Kooptactieken

Een beperkt deel (19%) 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. Het gebruiken van een identiteitsbewijs van iemand anders die ouder is wordt door 8% van de jongeren gedaan, terwijl 2% wel eens een vervalst identiteitsbewijs gebruikt.

Vergelijking 2014

Het percentage ondervraagde jongeren dat wel eens tabaksproducten voor zichzelf en/of anderen koopt is gedaald van 9% in 2014 naar 5% in 2016 (figuur 7). Ook bij de beide afzonderlijke leeftijdscategorieën is er sprake van een daling. Bij de 14/15-jarigen gaat het om een daling van 4% in 2014 naar 2% in 2016, terwijl het bij de 16/17-jarigen is gedaald van 14% in 2014 naar 9% in 2016.

Figuur 7 Kopen tabaksproducten voor zichzelf en/of anderen 2014 en 2016, in % (N= 664 – 2.764[3])



* Significant verschil tussen 2014 en 2016, $p < 0,05$.

Voor de vergelijking tussen beide metingen hebben we van de meting 2016 alleen de groep kopers meegenomen, aangezien in 2014 niet apart is gevraagd naar proberen te kopen. De groepen die met elkaar worden vergeleken bestaan voor de meting 2014 uit 175 en voor de meting 2016 uit 118 kopers. Daarnaast zijn bij de meting 2016 cafetaria's en horecagelegenheden samengevoegd tot horecagelegenheden, aangezien in de meting van 2014 geen onderscheid is gemaakt tussen cafetaria's en overige horecagelegenheden.

Tussen 2014 en 2016 hebben zich geen significante veranderingen voorgedaan in de gelegenheden waar de jongeren tabaksproducten kopen. Zo geeft in 2016 41% van de kopende jongeren aan dat zij wel eens tabaksproducten hebben gekocht bij een tabakswinkel, in 2014 lag dit met 47% op ongeveer hetzelfde niveau. Bij de andere soorten gelegenheden gaat het om: tankstations 46% in 2014 versus 35% in 2016; supermarkten 34% in 2014 versus 35% in 2016; en horecagelegenheden 55% in 2014 versus 67% in 2016.

Jongeren kopen hun tabaksproducten in 2016 vaker dan in 2014 op maandag (42% in 2016 versus 29% in 2014) en vrijdag (73% in 2016 versus 60% in 2014), terwijl het percentage jongeren dat op zaterdag koopt is gedaald van 55% in 2014 naar 39% in 2016. Bij de overige dagen doen zich nauwelijks veranderingen voor.

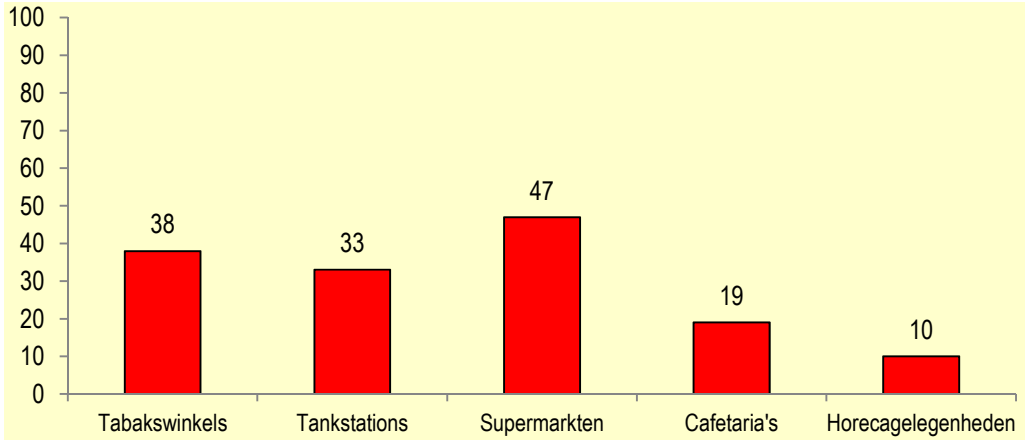
[3] Aangezien de verdeling naar leeftijd binnen de respondentengroep van 2014 niet geheel overeenkomt met de daadwerkelijke leeftijdsverdeling is bij de berekening van het totaal een weging toegepast.

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.

Van de jongeren is 47% bij de laatste keer dat zij in een supermarkt tabaksproducten probeerden te kopen naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs gevraagd, bij de cafetaria's en horecagelegenheden geldt dit voor respectievelijk 19% en 10% (figuur 8).

Figuur 8 Bij de laatste keer gevraagd naar leeftijd en/of identiteitsbewijs naar soort gelegenheid, in % (n= 42 – 68)



Op de vraag van de verkoper naar leeftijd en/of identiteitsbewijs reageren de jongeren als volgt (per soort gelegenheid):

- zeggen dat ik mijn identiteitsbewijs ben vergeten: horecagelegenheden 0%, tankstations 40%, supermarkten 43%, cafetaria's 54% en tabakswinkels 58%;
- identiteitsbewijs laten zien: tabakswinkels 21%, tankstations 27%, cafetaria's 31%, supermarkten 33% en horecagelegenheden 75%;
- zeggen dat ik 18 jaar ben: supermarkten 10%, tankstations 13%, cafetaria's 15%, horecagelegenheden 25% en tabakswinkels 26%;
- een identiteitsbewijs laten zien van iemand anders die wel 18 is: tabakswinkels 0%, cafetaria's 0%, supermarkten 10%, tankstations 20% en horecagelegenheden 25%.

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 68 jongeren die het afgelopen jaar tabaksproducten bij een cafetaria hebben gekocht of hebben geprobeerd dat te doen heeft 54% (n=37) dit alleen via een automaat gedaan. Hiervan kan 43% (n=16) zonder tussenkomst van personeel de tabaksproducten uit de automaat halen. Dit is mogelijk omdat: de agecoins op de automaat staan (6); alleen geld in de automaat moet worden gegooid (5); de jongere zelf agecoins bij zich had (4); de automaat is voorzien van een id-scanner (1). Eveneens 43% (n=16) kan niet zonder tussenkomst van personeel tabaksproducten uit de automaat halen. Van hen zijn 13 bij de laatste keer dat ze tabaksproducten uit een automaat haalden in een cafetaria niet gevraagd

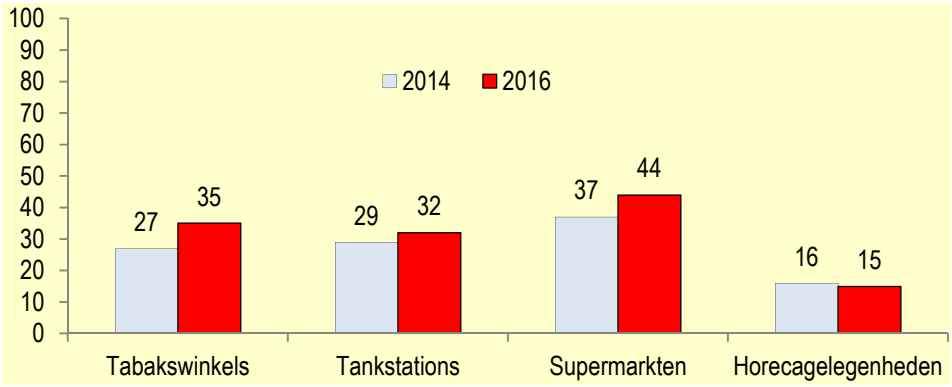
naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs. De overige drie die wel zijn gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs, hebben de laatste keer de tabaksproducten niet meegekregen.

Van de 42 jongeren die in het afgelopen jaar tabaksproducten bij een horecagelegenheid hebben gekocht of geprobeerd hebben dat te doen, heeft 83% (n=35) dit alleen via een automaat gedaan. Van hen kan 43% (n=15) dit altijd zonder tussenkomst van personeel doen, terwijl 46% (n=16) 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: de agecoins op de automaat staan (5); alleen geld in de automaat moet worden gegooid (4); de jongere zelf agecoins bij zich heeft (4); omdat de automaat is voorzien van een id-scanner (2). Van de 15 jongeren die alleen met tussenkomst van personeel tabaksproducten uit een automaat kunnen kopen is één de laatste keer gevraagd naar zijn leeftijd en identiteitsbewijs, de overige 14 is niks gevraagd. Overigens heeft de jongere die de laatste keer is gevraagd naar zijn leeftijd en identiteitsbewijs de tabaksproducten wel kunnen kopen.

Vergelijking 2014

Er hebben zich geen significante ontwikkelingen voorgedaan in het vragen naar leeftijd en/of identiteitsbewijs bij de laatste keer dat de jongeren probeerden tabaksproducten te kopen. Zo geeft in 2016 35% van de jongeren aan dat zij bij de laatste keer dat zij tabaksproducten kochten in een tabakswinkel zijn gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs, in 2014 lag dit op 27% (figuur 9). Bij de tankstations liggen de percentages op 32% in 2016 en 29% in 2014, bij de supermarkten op 44% in 2016 versus 37% in 2014, terwijl bij de horecagelegenheden in 2016 15% van de jongeren is gevraagd naar hun leeftijd en/of identiteitsbewijs tegenover 16% in 2014.

Figuur 9 Bij de laatste keer gevraagd naar leeftijd en/of identiteitsbewijs naar soort gelegenheid 2014 en 2016, in % (n= 41 – 97)*



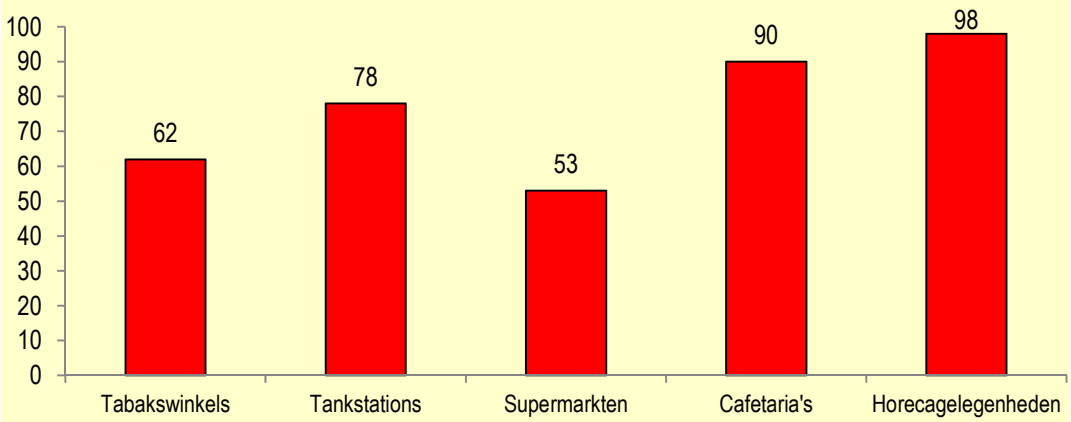
* Voor de vergelijking tussen 2014 en 2016 hebben we van de meting 2016 alleen de kopers meegenomen, aangezien in 2014 niet apart is gevraagd naar proberen te kopen. De percentages voor 2016 wijken daardoor af van de percentages uit figuur 8.

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 het hoogst bij horecagelegenheden (98%) en cafetaria's (90%) (figuur 10). Het is met andere woorden voor de

jongeren het makkelijkst om bij cafetaria's en horecagelegenheden tabaksproducten te kopen. Het moeilijkst is het bij supermarkten, daar ligt de slaagkans op 53%. De slaagkans bij tabakswinkels en tankstation ligt daar met respectievelijk 62% en 78% tussenin.

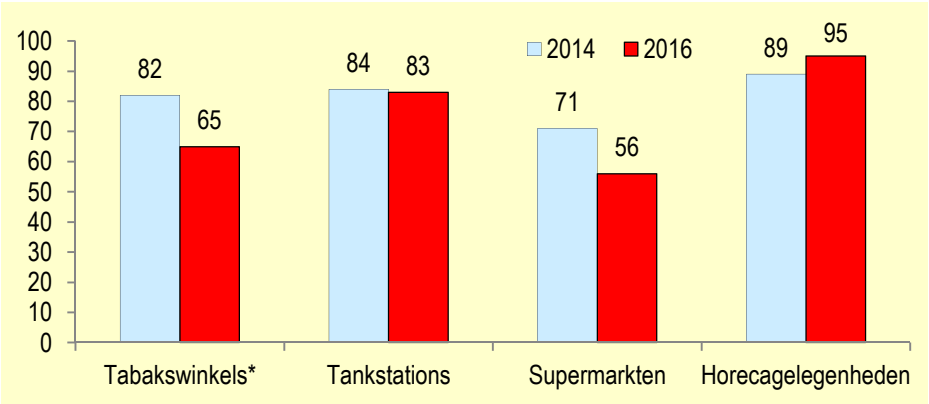
Figuur 10 Bij de laatste keer gelukt de tabaksproducten te kopen naar soort gelegenheid, in % (n= 42 –68)



Vergelijking 2014

Het percentage jongeren dat het de laatste keer is gelukt om tabaksproducten te kopen bij tabakswinkels is gedaald van 82% in 2014 naar 65% in 2016 (figuur 11). Bij de overige soorten gelegenheden hebben zich geen significante ontwikkelingen voorgedaan.

Figuur 11 Bij de laatste keer gelukt tabaksproducten te kopen naar soort gelegenheid 2014 en 2016, in % (n= 41 – 97)**



* Significant verschil tussen 2014 en 2016, p < 0,05.

** Voor de vergelijking tussen 2014 en 2016 hebben we van de meting 2016 alleen de kopers meegenomen, aangezien in 2014 niet apart is gevraagd naar proberen te kopen. Tevens zijn de cafetaria's en horecagelegenheden samengevoegd tot horecagelegenheden, aangezien in 2014 hierin geen onderscheid is gemaakt. De percentages voor 2016 wijken daardoor af van de percentages uit figuur 10.

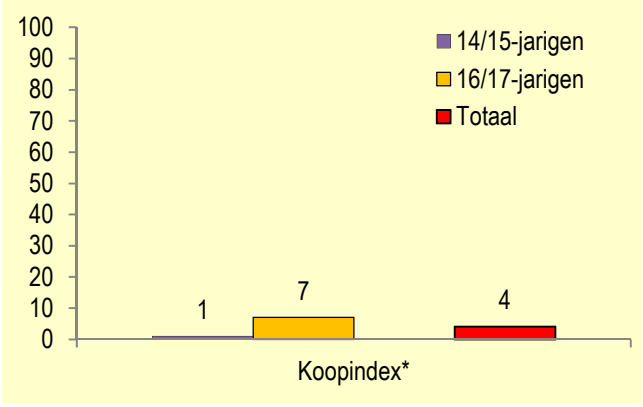
7. Koopindex

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 er in 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.

De totale koopindex, waarin de vier soorten gelegenheden zijn samengevoegd, ligt voor de 14/15-jarigen op 1% (figuur 12). Bij de 16/17-jarigen ligt dit met 7% significant hoger.

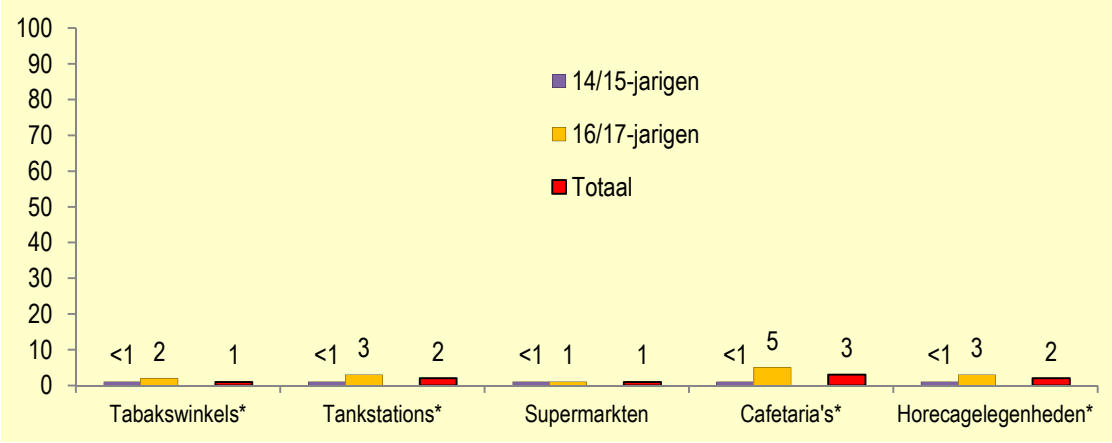
Figuur 12 Koopindex totaal, in % (N= 1.151 – 2.302)



* Significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, p < 0,05.

Vervolgens zijn de vier afzonderlijke soorten gelegenheden geanalyseerd. Bij de 14/15-jarigen is de koopindex voor alle soorten gelegenheden minder dan 1% (figuur 13). De koopindex ligt bij de 16/17-jarigen significant hoger. Dit geldt voor bijna alle afzonderlijke soorten gelegenheden. Alleen bij supermarkten is er geen sprake van een significant verschil tussen de 14/15-jarigen en de 16/17-jarigen.

Figuur 13 Koopindex naar soort gelegenheid, in % (N= 1.151 – 2.302)

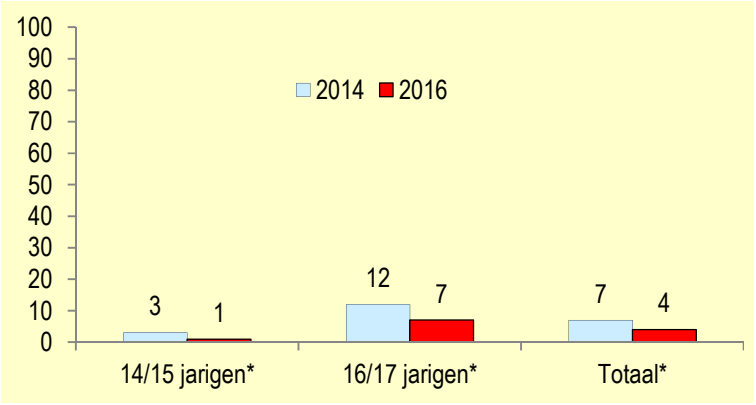


* Significant verschil tussen 14/15-jarigen en 16/17-jarigen, p < 0,05.

Vergelijking 2014

De totale koopindex ligt in 2016 op 4%, in 2014 lag dit met 7% significant hoger (figuur 14). Ook bij de twee afzonderlijke leeftijdscategorieën is de koopindex gedaald: bij 14/15-jarigen van 3% in 2014 naar 1% in 2016; en bij 16/17-jarigen van 12% in 2014 naar 7% in 2016.

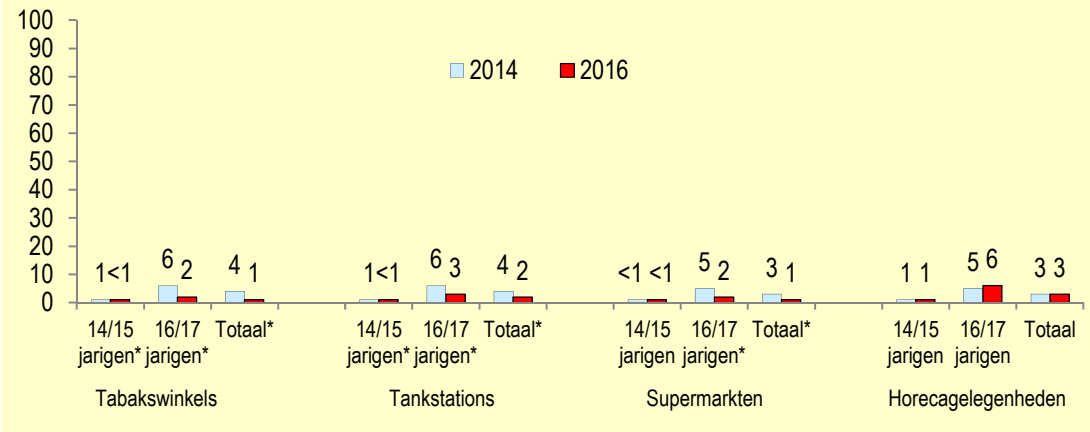
Figuur 14 Koopindex totaal 2014 en 2016, in % (N= 664 – 2.764[4])**



* Significant verschil tussen 2014 en 2016, p < 0,05.
** Voor de vergelijking tussen 2014 en 2016 hebben we van de meting 2016 alleen de kopers meegenomen, aangezien in 2014 niet apart is gevraagd naar proberen te kopen.

Uit de analyse van de koopindex voor de vier afzonderlijke soorten gelegenheden blijkt dat deze zowel bij de tabakswinkels als bij de tankstations en supermarkten is gedaald tussen 2014 en 2016 (figuur 15). Bij de horecagelegenheden doen zich geen significante veranderingen voor.

Figuur 15 Koopindex naar soort gelegenheid 2014 en 2016, in % (N= 664 – 2.764[4])**



* Significant verschil tussen 2014 en 2016, p < 0,05.
** Voor de vergelijking tussen 2014 en 2016 hebben we van de meting 2016 alleen de kopers meegenomen, aangezien in 2014 niet apart is gevraagd naar proberen te kopen. Tevens zijn de cafetaria's en horecagelegenheden samengevoegd tot horecagelegenheden, aangezien in 2014 hierin geen onderscheid is gemaakt. De percentages voor 2016 wijken daardoor af van die in figuur 13.

[4] Aangezien de verdeling naar leeftijd binnen de respondentengroep van 2014 niet geheel overeenkomt met de daadwerkelijke leeftijdsverdeling is bij de berekening van het totaal een weging toegepast.

COLOFON

© St. Intraval

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

www.intraval.nl

Kantoor Groningen:
St. Jansstraat 2C
Telefoon 050 - 313 40 52
Fax 050 - 312 75 26

Kantoor Rotterdam:
Goudsesingel 68
Telefoon 010 - 425 92 12
Fax 010 - 476 83 76

November 2016

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, B. Bieleman
OPDRACHTGEVER	Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA)
OPMAAK	M. Haaijer
OMSLAG	E. Cusiel
DRUK	Copy-Copy Groningen
ISBN	978 90 8874 236 1

INTRAVAL
Onderzoek en Advies