



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM

NIXK18

Naleving leeftijdscontrole verkooppunten tabaksproducten

Resultaten 1ste wave 2015

Zoetermeer, 15 januari 2016

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Panteia. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Panteia. Panteia does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Aanleiding	4
1.2	Methode & procedure	5
1.3	Verkooppunten & aankopen	6
1.4	Aanwezigheid Elektronische leeftijdsverificatie	10
1.5	Aanwezigheid promotiemateriaal NIX 18	10
2	Naleving	12
2.1	Nalevingspercentage	12
2.2	Naleving naar regio	16
2.3	Bepalende factoren naleving	16
	Bijlagen	19
Bijlage 1	Briefing	19
Bijlage 2	Vragenlijst	22



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Wettelijke
leeftijdsgrens voor
aankoop
tabaksproducten

Op 1 januari 2014 is de wettelijke leeftijdsgrens voor tabaksverkoop verhoogd naar 18 jaar. Volgens artikel 8 Tabakswet is het (kort gezegd) verboden bedrijfsmatig of anders dan om niet tabaksproducten te verstrekken aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. Overtreding van artikel 8 Tabakswet is strafbaar gesteld onder de Wet economische delicten.

Dit betekent dat elke verkoper die tabaksproducten verkoopt zich ervan moet vergewissen dat de klant ouder is dan 18 jaar. Voor een effectieve naleving communiceert de branche dat jongeren tot 25 jaar bij de aankoop van tabaksartikelen een geldig ID moeten tonen. Zowel voor de branche als voor de individuele ondernemer is het belangrijk dat deze leeftijdscontrole wordt nageleefd. De ondernemers worden hierbij onder andere ondersteund door promotiemateriaal van de campagne NIX18.

In de afgelopen jaren is de naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop door verschillende partijen onderzocht met behulp van mystery shoppers. Uit de verschillende onderzoeken komt naar voren dat de naleving van de leeftijdsgrens nog niet overal volledig plaats vindt.

Oprichting Task
Force Naleving
Leeftijdsgrens Tabak
(TNLT)

Teneinde een structurele verbetering van de naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop te bewerkstelligen, hebben de brancheorganisaties NSO, BETA, BOVAG, VNPI en TZN de Taskforce Naleving Leeftijdsgrens Tabak (TNLT) opgericht. De activiteiten van TNLT staan niet op zichzelf, maar zijn een nieuw onderdeel van de al bestaande campagnes van genoemde brancheorganisaties om de naleving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop substantieel te verbeteren.

Naleving
leeftijdscontrole bij
aankoop
tabaksproducten
verbeteren

De kern van de activiteiten voor TNLT is het verrichten van een zeer groot aantal controles op de naleving van de leeftijdsgrens. TNLT streeft er naar dat alle betrokken verkooppunten meerdere keren per jaar worden bezocht en gecontroleerd. Door de verkregen informatie geanonimiseerd te delen met de aangesloten brancheorganisaties of commerciële organisaties, wordt een effectieve terugkoppeling naar de betrokken verkooppunten gefaciliteerd. Hiermee wil de TNLT een positieve bijdrage leveren aan de naleving van de leeftijdscontrole bij verkooppunten van tabaksproducten.

1^{ste} wave mystery
shoppers eind 2015

In het laatste kwartaal van 2015 is door Panteia in samenwerking met de Onderzoekfabriek een mystery shop onderzoek gehouden onder een groot aantal verkooppunten van tabaksproducten. In dit rapport wordt verslag gedaan van de resultaten van tabaksverkooppunten uit de verschillende branches (tabaksdetailhandel, petrol en overig). Begin 2016 wordt deze meting herhaald. Daarom wordt in dit rapport gesproken over de resultaten van de 1^{ste} wave.



1.2 Methode & procedure

Mystery shopping

Mystery shopping is een onderzoekstechniek die vaak wordt toegepast wanneer een objectief en betrouwbaar oordeel nodig is over het naleven van bepaalde gedragsregels in winkels. De mystery shopper doet zich voor als een gewone klant en stelt de verkoper een aantal vragen en doet een aankoop. Direct na afloop van het bezoek registreert de mystery shopper de ervaringen door middel van een checklist. Bij de 1^{ste} wave in het laatste kwartaal is onderstaande procedure gevolgd.

tabel 1 Onderzoeksprocedure mysteryshop-bezoeken 1^{ste} wave 2015

- Het onderzoek is uitgevoerd door mystery shoppers die niet bekend zijn bij het verkooppunt waar ze op bezoek gaan.
- De mystery shoppers zijn vooraf mondeling geïnstrueerd en hebben daarnaast een instructie op papier ontvangen.
- De verkooppunten zijn zowel doordeweeks als op zaterdagen bezocht. Ook het tijdstip van de bezoeken varieerde.
- De mystery shoppers hebben de verkooppunten zelfstandig bezocht, en hadden altijd een identiteitsbewijs bij zich. Wanneer de verkoper de leeftijd wilde controleren, bood men volledige medewerking. De mystery shoppers waren geïnstrueerd om niet in discussie te gaan met de verkoper.
- Direct na het bezoek registreerde de mystery shoppers de ervaringen door middel van het invullen van een checklist op zijn/haar smartphone.
- Daarnaast maakte de mystery shoppers een 'selfie' bij het verkooppunt en een foto van de pinbon van het gekochte pakje sigaretten. Op deze wijze is gegarandeerd dat de mystery shoppers daadwerkelijk een aankoop heeft gedaan.
- Alle aangekochte pakjes sigaretten zijn na afloop bij de TNLT afgeleverd. De sigaretten zijn vervolgens uit het economisch verkeer gehaald.
- Voor het uitvoeren van de aankoop pogingen is de Onderzoekfabriek ingeschakeld.

Bron: Panteia

Registraties mystery shopper bij aankoop

De 1^{ste} wave is uitgevoerd door 89 mystery shoppers (32 mannen en 57 vrouwen) van 18 en 19 jaar. Bij iedere aankoop zou dus een controle van de leeftijd hebben moeten plaatsvinden. De mystery shopper vroeg de verkoper naar een pakje L&M, en heeft daarbij het volgende geregistreerd:

- Vraagt de verkoper naar een ID-bewijs?
- (Zo, ja) Is er sprake van een controle van het ID-bewijs?
- Is er een elektronische leeftijdsverificatie aanwezig in het verkooppunt?
- (Zo, ja) Is de elektronische leeftijdsverificatie gebruikt?
- Is er in het verkooppunt promotiemateriaal van de campagne NIX18 aanwezig?
- Wie staat er achter de kassa: een man of een vrouw?
- Wat is de geschatte leeftijd van de verkoper; jong, gemiddeld of oud?



1.3 Verkooppunten & aankopen

Het doel van de 1^{ste} wave was om bij een zo groot mogelijk verkooppunten van tabaksproducten een aankoop te doen.

Verkooppunten van tabak

De adressen van alle verkooppunten van de tabaksdetailhandel zijn aangeleverd door de NSO. In de 1^{ste} wave eind 2015 zijn alle adressen bezocht. Er is dus geen steekproef getrokken.

De adressen van alle verkooppunten bij benzinstations zijn door de brancheorganisaties van petrol¹ aangeleverd. Voor deze verkooppunten geldt tevens dat er geen steekproef is getrokken.

Naast de adressen van de verkooppunten uit de tabaksdetailhandel en petrol, heeft TNLT aanvullend 248 adressen aangeleverd van overige verkooppunten van tabaksproducten. Hier gaat het dus wel om een steekproef.

Tijdens de bezoeken door de mystery shoppers bleek niet op alle aangeleverde adressen een aankoop mogelijk te zijn. Sommige verkooppunten waren (tijdelijk) gesloten, verhuisd of verkochten geen tabaksartikelen meer (zie tabel 2).

Bij elk verkooppunt
is één aankoop
gedaan

In dit rapport zijn de resultaten opgenomen van 3.892 aankopen bij verkooppunten van tabaksproducten. Bij elk verkooppunt is één aankoop gedaan.

tabel 2 Aangeleverde adressen van en aankopen bij verkooppunten tabak 1^{ste} wave 2015

	Aangeleverde adressen		Geen aankopen		Geslaagde aankopen	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Totaal	4.108	100	220	5,4	3.892	94,8%
Tabak	1.692	100	106	6,3	1.586	93,8%
Petrol	2.168	100	112	5,2	2.060	95,0%
Overig	248	100	2	0,8	246	99,2%

Bron: Panteia

¹BETA, BOVAG en VNPI.

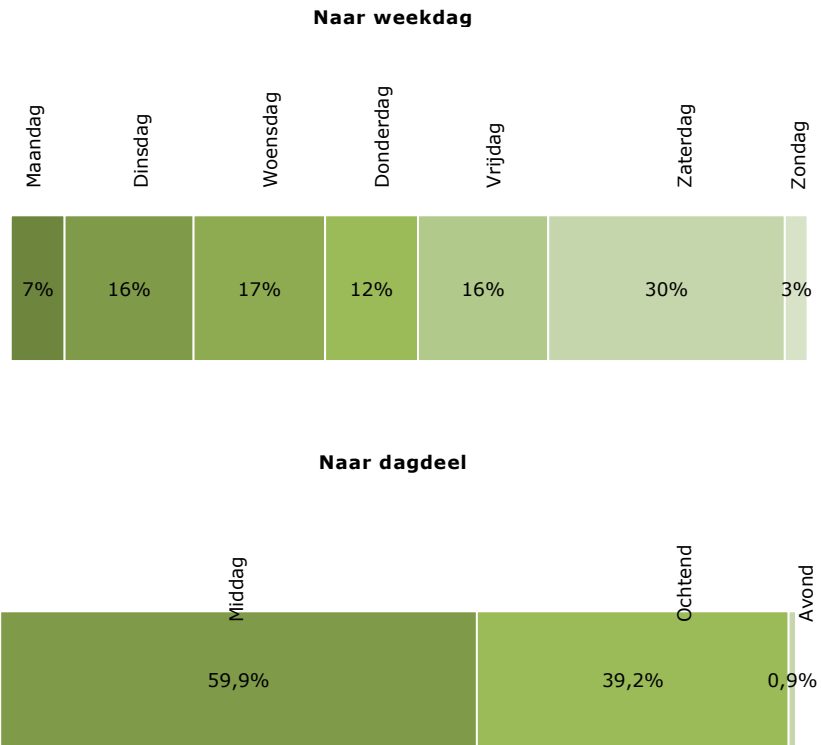


33 procent aankopen is in het weekend gedaan

Aankopen naar werkdag en dagdeel

De aankopen zijn zowel op werkdagen als in het weekend verricht. Ongeveer een derde van alle aankopen heeft in het weekend plaatsgevonden, de overige aankopen zijn over de werkdagen verdeeld.

figuur 1 Aankopen bij verkooppunten naar weekdag en dagdeel 1^{ste} wave 2015 (n=3.892)



Bron: Panteia

Van alle verkooppunten is 39,2 procent in de ochtend bezocht en 59,9 procent in de middag. 36 verkooppunten zijn (0,9 procent) in de avond bezocht.



47 procent aankopen door mannelijke en 53 procent door vrouwelijke shoppers

Aankopen naar geslacht shopper

53 procent van de aankopen zijn door vrouwelijke shoppers gedaan, en 47 procent door een mannelijke shopper. Figuur 2 toont de man/vrouw-verdeling.

figuur 2 Aankopen bij verkooppunten naar geslacht mystery shopper 1^{ste} wave 2015 (n=3.892)



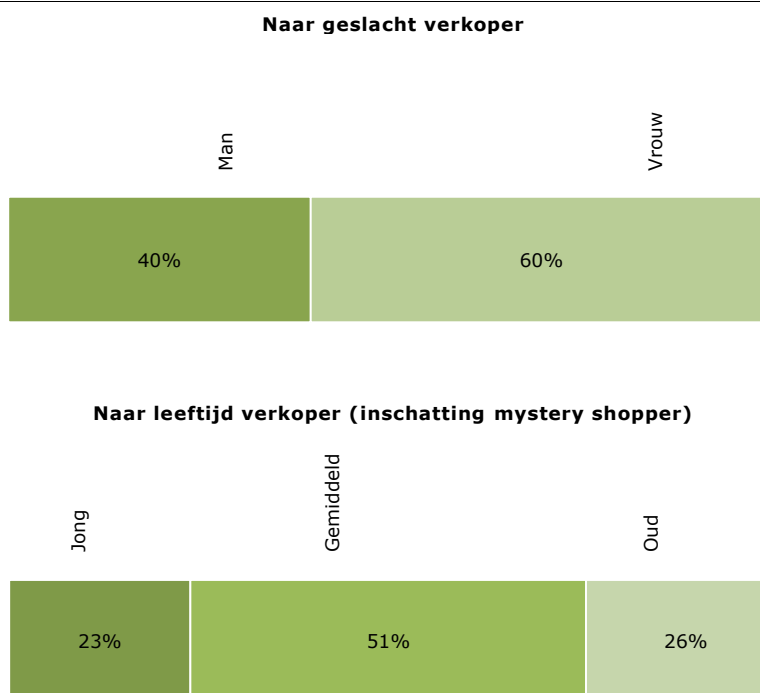
Bron: Panteia

Aankopen naar geslacht en leeftijd verkoper

De mystery shoppers hebben bij elke aankoop het geslacht van de verkoper geregistreerd en hebben een inschatting gegeven van de leeftijd van de verkoper in drie categorieën (jong, gemiddeld en oud). 60 procent van de aankopen vond plaats bij een vrouwelijke verkoper, en 40 procent bij een mannelijke verkoper. Van ongeveer de helft van de verkopers werd de leeftijd door de mystery shopper als gemiddeld ingeschat.



figuur 3 Aankopen bij verkooppunten naar geslacht en leeftijd verkoper² en dagdeel 1^{ste} wave 2015(n=3.892)



Bron: Panteia

Aankopen naar regio

De aankopen zijn uitgesplitst naar vijf Nielsen-regio's. Dit is een gebruikelijke indeling voor (markt-)onderzoek. Nederland kent vijf Nielsen regio's:

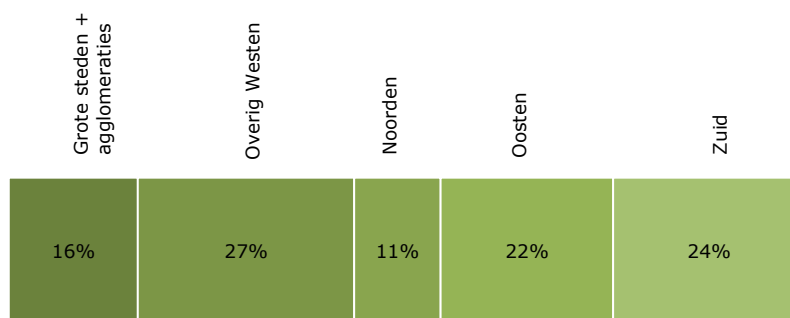
- **Nielsen I:** de 3 grote steden plus randgemeenten, Amsterdam (plus Diemen, Ouder-Amstel, Landsmeer, Amstelveen), Rotterdam (plus Schiedam, Capelle aan den IJssel, Krimpen aan den IJssel, Nederlek, Ridderkerk, Barendrecht, Albrandswaard) en 's-Gravenhage (plus Leidschendam, Voorburg, Rijswijk, Wassenaar, Wateringen)
- **Nielsen II:** Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht (exclusief de Nielsen I gemeentes)
- **Nielsen III:** Groningen, Friesland en Drenthe
- **Nielsen IV:** Overijssel, Gelderland en Flevoland
- **Nielsen V:** Zeeland, Noord-Brabant en Limburg

Figuur 4 toont de verdeling van de aankopen per Nielsen-regio. De meeste verkooppunten bevinden zich in de grote steden en het westen van Nederland (43 procent), de minste verkooppunten zijn er in het noorden van het land (11 procent).

² Leeftijd verkoper is ingeschat door de mystery shopper



figuur 4 Aankopen bij verkooppunten naar Nielsen-regio 1^{ste} wave 2015 (n=3.892)



Bron: Panteia

1.4 Aanwezigheid Elektronische leeftijdsverificatie

Bij 8,7 procent van de verkooppunten is een elektronische leeftijdsverificatie aanwezig

Verschillende verkooppunten van tabak beschikken over een automatische leeftijdsverificatie. Dit is een elektronisch hulpmiddel waarmee direct kan worden vastgesteld of het een geldig ID-bewijs is en of de leeftijd van de koper 18 jaar of ouder is. Bij 8,7 procent van de aankopen beschikte het verkooppunt over een elektronische leeftijdsverificatie.

Bij de tabaksdetailhandel zijn de meeste verkooppunten aangetroffen met een elektronische leeftijdsverificatie (17,7 procent), bij de petrol- en overige verkooppunten de minste.

tabel 3 Aanwezigheid elektronische leeftijdsverificatie per branche 1^{ste} wave 2015 (n=3.892)

	% aanwezigheid elektronische leeftijdsverificatie
Totaal	8,7
Tabak	17,7
Petrol	2,5
Overig	2,0

Bron: Panteia

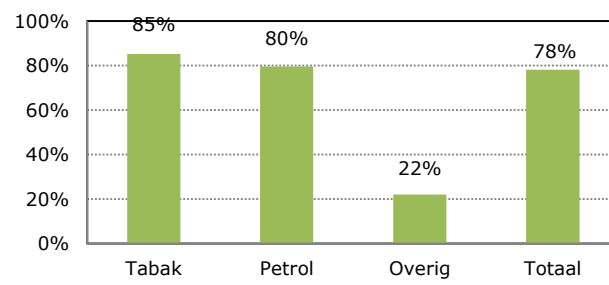
1.5 Aanwezigheid promotiemateriaal NIX 18

Bij 78 procent van de verkooppunten is NIX 18 materiaal zichtbaar

Ongeveer 78 procent van alle bezochte verkooppunten heeft NIX18 promotiemateriaal zichtbaar opgehangen of neergezet, 22 procent niet. Bij de tabaksdetailhandel-verkooppunten is het vaakst promotiemateriaal gezien, bij de overige verkooppunten het minst. Figuur 5 toont het aantal verkooppunten per branche waar NIX18 promotiemateriaal is gezien.



figuur 5 Aantal verkooppunten in procenten met zichtbaar promotiemateriaal NIX18 1^{ste} wave 2015 (n=3.892)



Bron: Panteia



2 Naleving

2.1 Nalevingspercentage

Correcte naleving en nalevingspercentage

Wanneer is sprake van correcte naleving?

Van correcte naleving van de leeftijdscontrole bij jongeren onder de 25 jaar bij de aankoop van tabak is sprake wanneer bij de aankoopoging:

- Gevraagd wordt naar een ID;
Het ID gecontroleerd wordt op geldigheid (komt de foto op de ID overeen met die van de koper) en of de leeftijd van de koper 18 jaar of ouder is. Deze controle kan ook plaatsvinden met behulp van elektronische leeftijdsverificatie.

Wanneer aan beide condities is voldaan, is sprake van correcte naleving. In het vervolg van dit hoofdstuk wordt dit uitgedrukt als *nalevingspercentage*.

Nalevingspercentage
1^{ste} wave is 58
procent

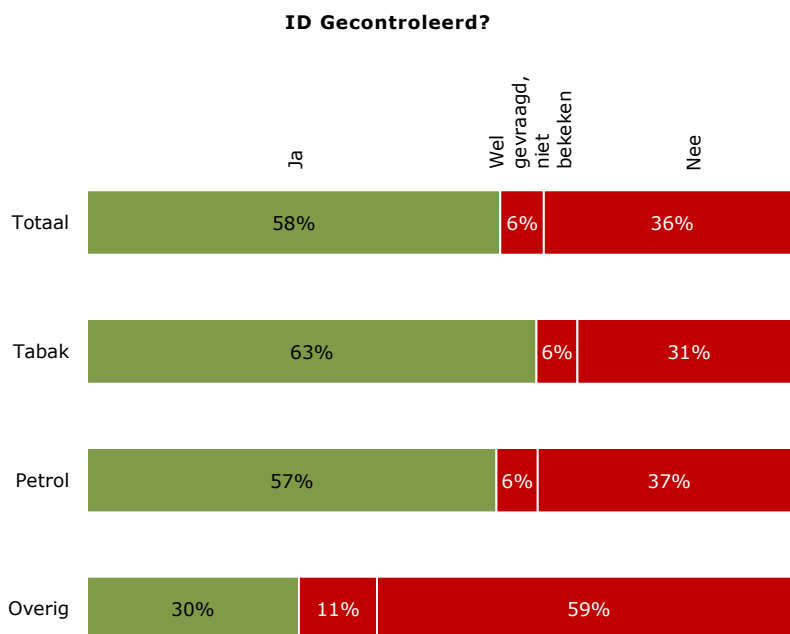
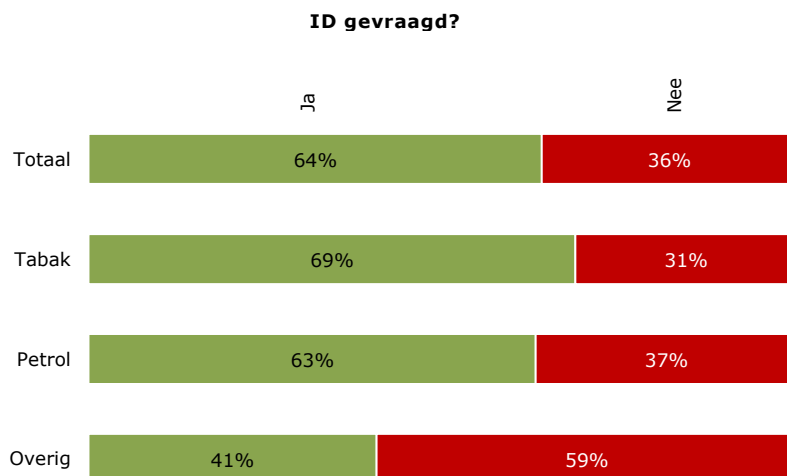
Nalevingspercentage

Het nalevingspercentage van alle aankopen in de 1^{ste} wave van 2015 is 58 procent. Bij 64 procent van de aankopen vraagt de verkoopmedewerker wel om een ID, maar bij 6 procent vindt geen controle plaats. Het feitelijke nalevingspercentage komt daarmee op 58 procent.



figuur 6 Nalevingspercentage leeftijdscontrole verkooppunten tabak 1ste wave 2015 (n=3.892)

	Totaal:	58%	n=3.892
Nalevingspercentage:	Tabak:	63%	n=1.586
	Petrol:	57%	n=2.060
	Overig:	30%	n=246



—
Bron: Panteia

Bij 6 procent van de aankopen wordt wel om een ID gevraagd, maar wordt deze niet gecontroleerd

Bij 58 procent van de aankopen wordt het ID ook daadwerkelijk gecontroleerd. Dit doet de verkoopmedewerker zelf of met behulp van een elektronische leeftijdsverificatie. Bij 6 procent van de aankopen is wel om een legitimatiebewijs gevraagd, maar is het legitimatiebewijs niet bekeken, noch gebruik gemaakt van een elektronische leeftijdsverificatie.



Door een ID-bewijs te controleren (is het een geldig ID? Komt de foto overeen met de koper? En wat is de geboortedatum?) vergewist de winkelier of verkoopmedewerker zich ervan dat de koper echt 18 jaar of ouder is. En dat de koper gelegitimeerd is om rookwaren te kopen. In deze eerste wave heeft 36 procent van de verkooppunten geen leeftijdscontrole uitgevoerd bij jonge kopers (18 en 19 -jarigen).

Het nalevingspercentage is het hoogste bij de tabaksdetailhandel met 63 procent, gevolgd door de petrol met 57 procent. Het nalevingspercentage is het laagst bij de overige verkooppunten, te weten 30 procent.

Elektronische
leeftijdsverificatie
wordt niet vaak
gebruikt, winkelier/
verkoopmedewerker
controleert ID zelf

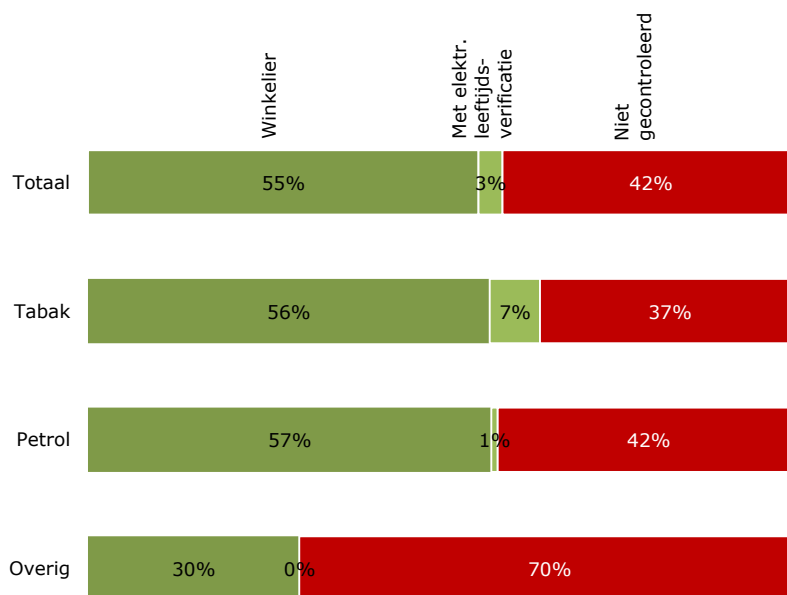
Niet alle verkooppunten met een elektronische leeftijdsverificatie, maken hier ook gebruik van. Figuur 7 toont of de verkooppunten de leeftijdscontrole uitvoeren, en zo ja of er gebruik wordt gemaakt van een elektronische leeftijdsverificatie. In de meeste verkooppunten controleert de winkelier of de verkoopmedewerker zelf het ID (51 procent), 3 procent maakt gebruik van de elektronische leeftijdsverificatie en 3 procent controleert zelf ondanks de aanwezigheid van een elektronische leeftijdsverificatie.

40 procent van de verkooppunten controleert niet het ID, en beschikt ook niet over een elektronische leeftijdsverificatie. Bij 2 procent van de verkooppunten wordt niet gecontroleerd, terwijl men wel over een elektronische leeftijdsverificatie beschikt.

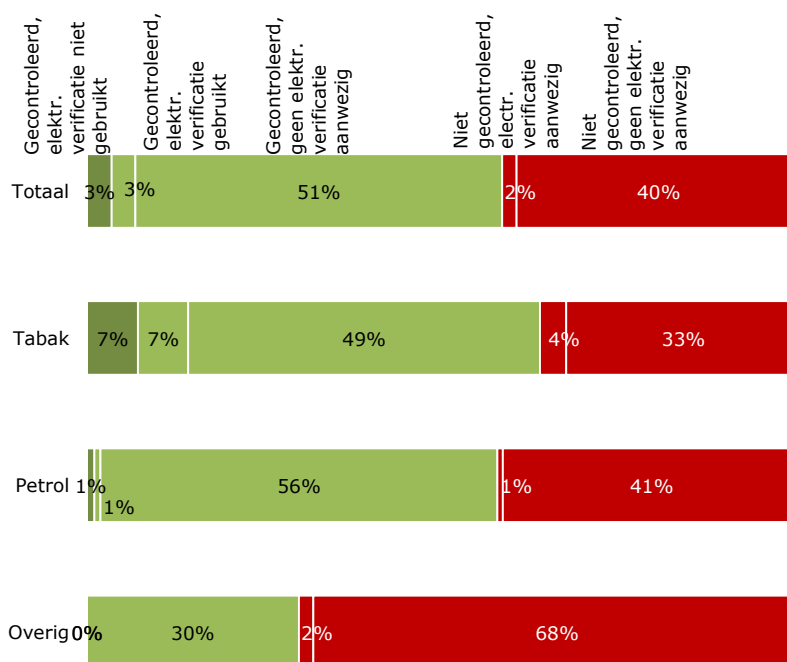


figuur 7 Wijze van leeftijdscontrole verkooppunten 1ste wave 2015 (n=3.892)

Winkelier/verkoopmedewerker of elektronische leeftijdsverificatie?



Elektronische leeftijdsverificatie aanwezig en gebruikt?



Bron: Panteia

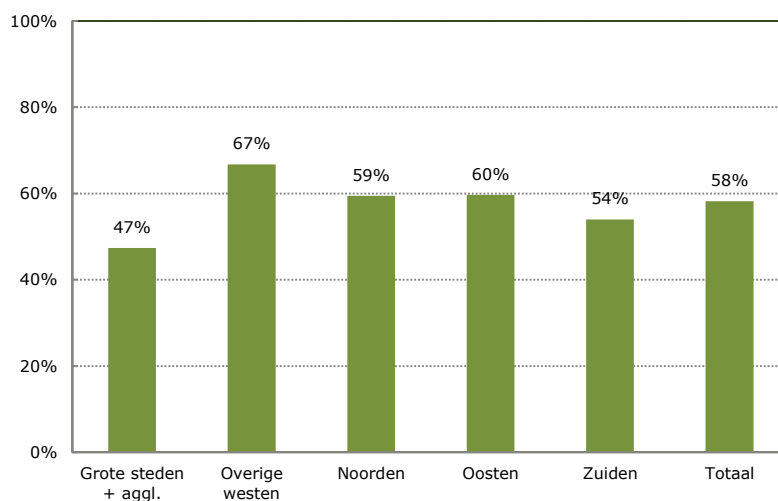


2.2 Naleving naar regio

Nalevingspercentage is het hoogst in het Westen buiten de grote steden en het laagst in de grote steden in het Westen

Bij de naleving van de leeftijdscontrole is er sprake van regio-effect. Figuur 8 toont de verschillende nalevingspercentages per regio. Deze uitsplitsing toont dat de nalevingspercentages in de grote steden afwijken van die in de overige regio's. In de grote steden (plus randgemeenten) ligt het nalevingspercentage veel lager, te weten op 47 procent. Dat betekent dat een meerderheid (53 procent) van de verkooppunten in de grote steden zich niet houdt aan de leeftijdscontrole. De verkooppunten in Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht (exclusief de grote steden) zien het beste toe op de leeftijdscontrole. In deze provincies ligt het gemiddeld nalevingspercentage op 67 procent.

figuur 8 Nalevingspercentage naar Nielsen-regio 1ste wave 2015 (n=3.892)



Bron: Panteia

2.3 Bepalende factoren naleving

Er zijn verschillende factoren die effect kunnen hebben op de correcte naleving van de leeftijdscontrole bij de aankoop van tabaksproducten. Per aankoop is door de mystery shoppers een aantal kenmerken geregistreerd. Dit zijn het geslacht van de mystery shopper, het geslacht en (de ingeschatte) leeftijd van de verkoper, de bezoektijd (ochtend, middag, avond) en weekdag (door-de-week of weekend), en de commerciële organisatie waar het verkooppunt bij aangesloten is. Met behulp van een multivariate analyse (CHAID) is gekeken welk van de genoemde aspecten het meest bepalend is voor de correcte naleving. Dit wordt weergegeven in een boomdiagram. Elke vertakking in het boomdiagram staat voor een statistisch significant verschil in nalevingspercentage. Deze analyse is apart uitgevoerd voor de tabaksdetailhandel en voor de petrolverkooppunten.



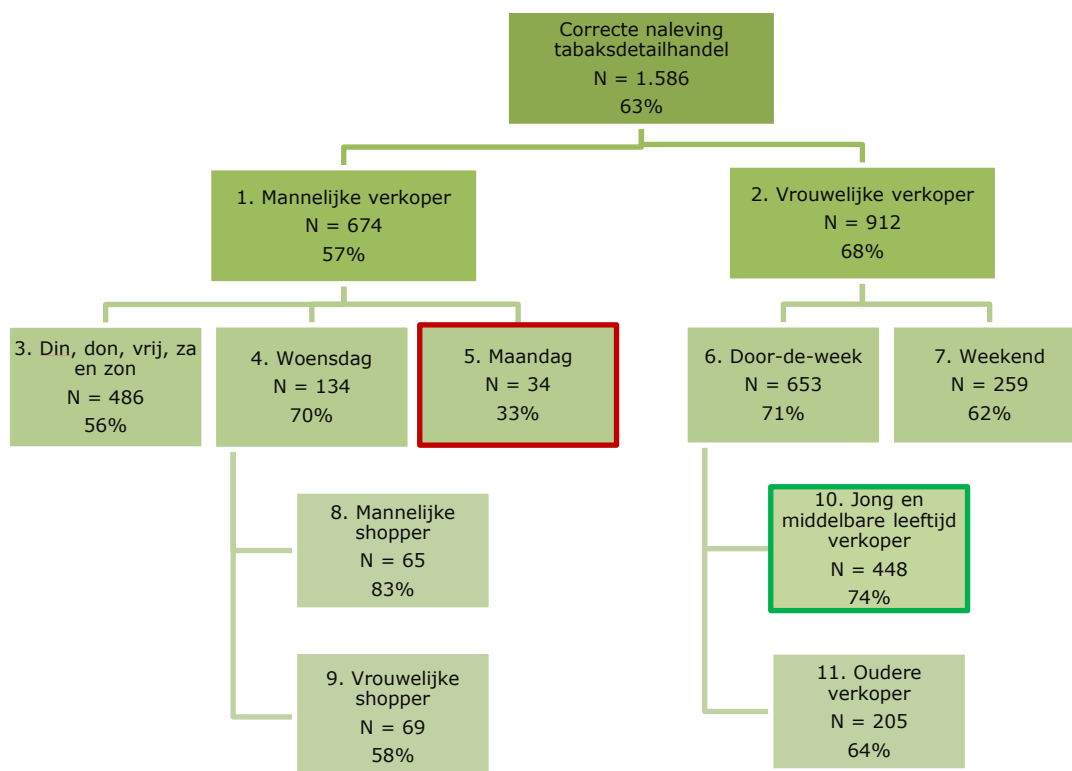
Tabaksdetailhandel

Het geslacht van de verkoper is de meest bepalende factor voor een correcte naleving in de tabaksdetailhandel

Bij de tabaksdetailhandel speelt het geslacht van de verkoper een grote rol, de dag van de week waarop de aankoop wordt gedaan en het geslacht van de verkoper.

Het hoogste percentage correcte naleving hebben vrouwelijke verkopers, op een door-de-weekse dag, waarbij de verkoper 'jong' of van middelbare leeftijd is. Bij deze combinatie is het nalevingspercentage 74 procent. Het laagste nalevingspercentage hebben mannelijke verkopers op een maandag (33 procent).

figuur 9 Bepalende factoren voor correcte naleving van de leeftijdscontrole bij de tabaksdetailhandel 1ste wave 2015 (n=1.586)



Bron: Panteia

Petrolverkooppunten

De leeftijd van de verkoper is de meest bepalende factor voor correcte naleving bij de petrolverkooppunten

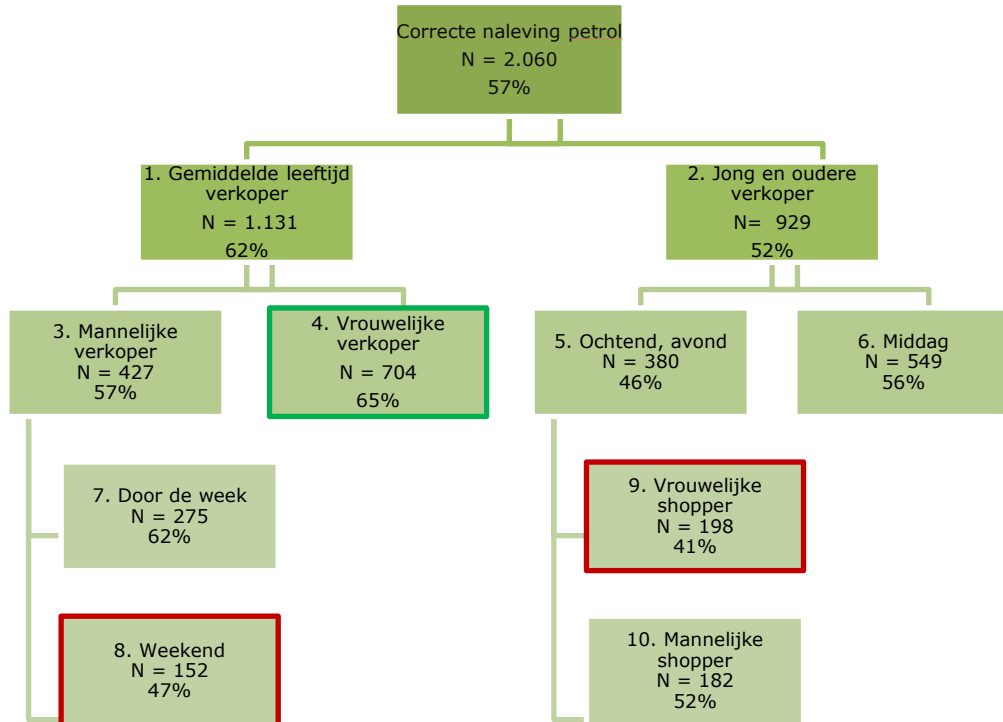
Bij petrolverkooppunten is de leeftijd van de verkoper de meest bepalende factor. Verkopers van gemiddelde leeftijd controleren vaker dan jongere en oudere verkoopmedewerkers.

Bij verkopers van gemiddelde leeftijd maakt ook het geslacht van de verkoper en de dag van de week waarop de aankoop wordt gedaan nog verschil. Aankopen in het weekend bij een mannelijke verkoper van gemiddelde leeftijd hebben het laagste nalevingspercentage (47 procent). Vrouwelijke verkopers van gemiddelde leeftijd controleren het beste (nalevingspercentage van 65 procent).



Bij jonge en oudere verkopers maakt het nog uit op welk tijdstip de aankoop wordt gedaan. Een vrouw die in de ochtend of de avond sigaretten koopt bij een jonge of oudere verkoper, wordt maar in 41 procent van de gevallen gecontroleerd op leeftijd.

figuur 10 Bepalende factoren voor correcte naleving van de leeftijdscontrole bij de petrolverkooppunten 1ste wave 2015 (n=2.060)



Bron: Panteia



Bijlagen

Bijlage 1 Briefing

Waarom?

Wij voeren samen met jou als Mystery Shopper deze opdracht uit om te onderzoeken of verkopers van 'tabaks- en gemakswinkels' vragen naar het identiteitsbewijs en of ze de leeftijd controleren.

Wij willen graag weten:

- A. Of de verkopers om een identiteitsbewijs vragen.
- B. Of de verkopers de leeftijd op het identiteitsbewijs controleren.
- C. Of de verkopers een elektronische leeftijdsverificatie in de winkel hebben.
- D. Of de verkopers zo'n elektronische leeftijdsverificatie ook gebruiken.
- E. Of er stickers of posters (NIX18) aanwezig zijn in de winkel die communiceren over die leeftijdsgrens. Zie voor voorbeelden de plaatjes onderaan dit document.
- F. Wat het geslacht is van de winkelier/verkoper?
- G. Wat is de leeftijd van de winkelier/verkoper?

Wat?

De Onderzoekfabriek verwacht tijdens deze opdracht dat jij de tabakszaak en/of gemakswinkel bezoekt en hier een pakje sigaretten (pakje L&M) koopt. Tijdens je bezoek let je goed op of er stickers in de tabakszaak aanwezig zijn met 'NIX18' erop. Na het bezoek aan een winkel, vul je een korte vragenlijst in op je smartphone die bestaat uit de bovengenoemde vragen.

Hoe?

Het is heel belangrijk dat deze opdracht volgens de regels wordt uitgevoerd, en dat de vragenlijst achteraf wordt ingevuld via je smartphone. Daarnaast is het zeer belangrijk dat de verkoper NIET doorheeft dat er een Mystery Shop gaande is. Dan verspreidt deze informatie zich over andere verkopers, wat niet de bedoeling is. Mocht er iets 'mis' gaan, meld het dan. Mocht je vragen hebben tijdens het uitvoeren van de opdrachten, neem dan direct contact op met de Onderzoekfabriek.

Daarnaast zijn de volgende punten erg belangrijk:

- De aangekochte pakjes sigaretten moeten terug gestuurd worden naar de Onderzoekfabriek.
- Voorafgaand aan de bezoeken is het van groot belang dat je de vragenlijst nauwkeurig doorneemt.



- De sigaretten moet je met je pinpas betalen en hierbij vragen om de pinbon.
- Parkeer de auto uit het zicht van de winkel, de medewerkers mogen geen enkele aanleiding hebben om aan te nemen dat je 18 jaar of ouder bent.
- Zorg bij binnenkomst van de winkel dat je geen autosleutels of anderzijds materiaal
- in het zicht hebt, waaruit kan blijken dat je al 18 jaar of ouder bent.
- Doe je niet ouder voor dan je bent, dus niet teveel sieraden, zonnebril, etc.

De regels

VERGEET NIET JE IDENTITEITSBEWIJS MEE TE NEMEN!

1. Ga de winkel binnen 2. Koop de sigaretten 3. Verlaat de winkel en neem een foto. Let op de stickers!!

1. Ga de winkel binnen

- A. Kijk voor het binnengaan of er stickers op de deur zitten.
- B. Ga naar binnen in de winkel en loop naar de balie.
- C. Check gedurende het hele bezoek of je één van de 'NIX18' stickers ziet (zie foto's onderaan dit document).

2. Koop de sigaretten

- A. Vraag het volgende: "(Mag ik) een pakje Marlboro alstublieft?" Kijk ondertussen of je op de kassa/toonbank ook stickers of plaatjes ziet.
- B. Indien de verkoper niet om een identiteitsbewijs vraagt, betaal dan met je pinpas en loop de winkel uit. Bewaar de pinbon! Krijg je geen pinbon? Vraag de verkoper om de pinbon!
- C. Als de verkoper wel om een identiteitsbewijs vraagt, laat deze dan zien aan de verkoper.
- D. Zie je dat de verkoper de leeftijd controleert?
- E. Kijk of je een elektronische leeftijdsverificatie er in de winkel ziet, en of deze ook gebruikt wordt.
- F. Onthoud het geslacht en leeftijd van de verkoper.
- E. Betaal met je pinpas en loop de winkel uit.

3. Verlaat de winkel en neem een foto

- A. Verlaat de winkel en loop door. Let bij het verlaten van de winkel wederom op De NIX18 stickers.
- B. Maak een foto met je smartphone ('Selfie') waar jij voor de winkel staat en zowel jij als het logo van de winkel duidelijk zichtbaar zijn. Zorg dat dit niet te opvallen plaatsvindt.
- C. Vul de vragenlijst in via je smartphone en upload de foto's

Wat krijgen wij van jou na je bezoek aan de winkel?

- De ingevulde vragenlijst + een selfie + een foto van de bon.
- Wat krijgen wij van jou nadat je alle bezoeken hebt uitgevoerd?
- Thuis verzamel je de pakjes sigaretten en stuur je deze per post op naar de Onderzoekfabriek.
- De kosten voor het versturen van de pakjes sigaretten worden door ons vergoed.



Tips van de Onderzoekfabriek:

- Vergeet je identiteitsbewijs niet!;
- Zorg ervoor dat je smartphone goed is opgeladen;

Instructies maken selfie voor de winkel

De foto voor de winkel mag op verschillende manieren worden genomen. De bedoeling is een foto te maken om aan te tonen dat je de winkel hebt bezocht. Kies één van onderstaande methoden.

1. Het maken van een 'selfie' met je smartphone.
2. Mocht bovenstaande manieren niet lukken, maak dan een foto van jou bij het straatnaambordje van de straat waarin de winkel zich bevindt.

Onder 'NIX 18' point of sale materiaal worden de volgende opties bedoeld.

1. Transparante deursticker
2. Toonbank-display
3. Kassa- of toonbanksticker
4. Elektronische leeftijdsverificatie (op kassa)
5. Kaart met elektronische leeftijdsverificatie



Bijlage 2 **Vragenlijst**

1. Wordt er gevraagd naar je identiteitsbewijs?

- ja
- nee (ga naar vraag 3)

2. Wordt het identiteitsbewijs bekeken?

- ja
- nee

3. Is er ook een elektronische leeftijdsverificatie aanwezig in de winkel?

- ja
- nee (ga naar vraag 5)

4. Wordt de elektronische leeftijdsverificatie ook gebruikt?

- ja
- nee

5. Is er ook promotiemateriaal nix18 aanwezig?

- ja
- nee

6. Wat is het geslacht van de verkoper?

- man
- vrouw

7. Wat is de leeftijd van de verkoper?

Jong = jonger dan 25 / Gemiddeld = tussen 25 – 50 jaar / Oud = ouder dan 50 jaar

- jong
- gemiddeld
- oud

8. Wil je ter controle nog even aangeven of jezelf mannelijk of vrouwelijk bent?

- man
- vrouw

9. Hier kun je aangeven wanneer je de aankoop hebt uitgevoerd.

De tijd staat ook op de bon die je hebt ontvangen.

Datum + tijd aangeven

