



Panteia

Research to Progress

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



Naleving leeftijdscontrole verkooppunten tabak

Resultaten 2de wave 2016

Zoetermeer, 20 april 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	5
1.1	Aanleiding	5
1.2	Methode en procedure	5
1.3	Verkooppunten & mysteryshopbezoeken	10
1.4	Aanwezigheid elektronische leeftijdsverificatie	15
1.5	Aanwezigheid promotiemateriaal NIX18	16
2	Naleving vergewisplicht bij 18-19 jarigen	17
2.1	Nalevingspercentage vergewisplicht	17
2.2	Naleving vergewisplicht naar subgroepen	20
2.3	Naleving vergewisplicht naar regio	21
3	Naleving leeftijdsgrens bij 17 jarigen	23
3.1	Naleving leeftijdscontrole naar branche en subgroepen	25
3.2	Naleving leeftijdscontrole naar regio	26
4	Mannelijke of vrouwelijke shopper?	27
4.1	Effecten geslacht op nalevingspercentage vergewisplicht	27
4.2	Effecten geslacht op nalevingspercentage leeftijdscontrole	27
	Bijlagen	29
Bijlage 1	Vragenlijst	29
Bijlage 2	Briefing 17 jarige shopper	31
Bijlage 3	Briefing auditor	37
Bijlage 4	Toestemmingsformulier	39
Bijlage 5	Voorbeeld VOG	41

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Op 1 januari 2014 is de wettelijke leeftijdsgrens voor tabaksverkoop verhoogd naar 18 jaar. Volgens artikel 8 van de 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 van de 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.

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. 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.

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 (Wave 1). Begin 2016 zijn deze metingen herhaald. Opnieuw heeft Panteia samengewerkt met de Onderzoekfabriek. Deze rapportage doet verslag van de Wave 2 (januari – maart 2016).

1.2 Methode en procedure

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. De waves in 2016 worden uitgevoerd door zowel shoppers van 18 en 19 jaar, als door shoppers van 17 jaar (minderjarigen). Voor de shoppers van 18 en 19 jaar geldt een ander protocol dan voor de minderjarige shoppers. Bij de Wave 1 in het laatste kwartaal van 2015 is onderstaand protocol (tabel 1) gevolgd. Dit protocol is in 2016 opnieuw gevolgd voor de bezoeken met 18-19 jarige shoppers.

tabel 1 Onderzoeksprotocol 18- 19 jarige shoppers 1^{ste} wave 2015 en 2^e wave 2016

-
- Het onderzoek wordt uitgevoerd door mystery shoppers die niet bekend zijn bij het verkooppunt waar ze op bezoek gaan.
 - De mystery shoppers worden vooraf mondeling geïnstrueerd en ontvangen daarnaast een instructie op papier.
 - De verkooppunten worden zowel door-de-weeks als op zaterdag bezocht. Ook het tijdstip van de bezoeken zal variëren.
 - De mystery shoppers bezoeken de verkooppunten zelfstandig, en hebben altijd een identiteitsbewijs bij zich. Wanneer de verkoper de leeftijd wil controleren, biedt men volledige medewerking. De mystery shoppers worden geïnstrueerd om niet in discussie te gaan met de verkoper.
 - Direct na het bezoek registreren de mystery shoppers de ervaringen door middel van het invullen van een checklist op zijn/haar smartphone.
 - Daarnaast maken de mystery shoppers een 'selfie' bij het verkooppunt en een foto van de pinbon. Op deze wijze wordt gegarandeerd dat de mystery shoppers daadwerkelijk een aankoop hebben gedaan.
 - De mystery shoppers volgens het protocol en koppelen de onderzoeksdata uitsluitend terug aan de Onderzoekfabriek.
 - Alle aangekochte pakjes sigaretten worden na afloop bij de TNLT afgeleverd. De sigaretten worden vervolgens uit het economische verkeer gehaald.
 - De mystery shoppers kopen Marlboro rood/ 19 stuks.
-

Bron: Panteia

Voor de 17 jarige shoppers is een uitgebreider protocol gebruikt. Het uitgebreidere onderzoeksprotocol voldoet aan de hiervoor geldende ethische en juridische normen¹. De 17 jarige shoppers zijn voorafgaand, tijdens en na afloop van het onderzoek begeleid. De 17 jarige shoppers (en hun ouders) zijn uitvoerig geïnformeerd over het doel en de opzet van het onderzoek. Tijdens een gezamenlijk startoverleg zijn de risico's van tabak voor jongeren inzichtelijk gemaakt. Door deze risico's in het licht te plaatsen van de relatieve eenvoudige verkrijgbaarheid van tabak, is een discussie gecreëerd. In deze discussie is het belang van leeftijdsgrenzen én het belang van het werk van de jongeren onderstreept. De ouders hebben tijdens de uitvoering van het onderzoek een belangrijke rol. Ze zijn als opvoeders belangrijk in het begeleiden van hun eigen kinderen in het werk. Tijdens het startoverleg is een toestemmingsformulier uitgedeeld, waarmee ouders toestemming geven

¹ Het protocol is overeenkomstig het Nuchter-protocol.

voor de medewerking van de 17 jarigen aan het onderzoek. Dit formulier geeft inzicht in de werkzaamheden van hun kind. Door het formulier te tekenen hebben ouders hun expliciete toestemming gegeven voor de werkzaamheden die hun kind voor Panteia/Onderzoekfabriek ging uitvoeren.

Het is noodzakelijk dat alle ervaringen in het juiste perspectief worden geplaatst. De jongeren gaan mogelijk ervaren hoe, in bepaalde gevallen, eenvoudig het is om tabak te kopen bij een verkooppunt. Daarom worden alle 17 jarige shoppers tijdens de aankoop van tabak begeleid door een volwassene welke hierna wordt aangeduid als auditor.

tabel 2 Onderzoeksprotocol 17 jarige shoppers 2^e wave 2016

Uitgangspunten
<ul style="list-style-type: none"> - 17 jarige shoppers bezoeken de verkooppunten samen met een volwassen auditor. - De 17 jarige shoppers enceneren een aankoop, met andere woorden, ze hebben geen intentie tot gebruik, maar doen de aankoop in het kader van het onderzoek. Om alle elementen van de verkoop vast te leggen, wordt de aankoop wel volledig afgerond. - Ouders van de 17 jarige shoppers hebben vooraf schriftelijk toestemming gegeven voor deelname.
Voorwaarden
<ul style="list-style-type: none"> - Alle auditoren zijn in het bezit van een Verklaring Omtrent Gedrag (VOG) - Alle auditoren zijn in het bezit van een APK-gekeurde auto met benodigde verzekeringen. - Alle auditoren krijgen training van de Onderzoekfabriek en kunnen indien uitgenodigd worden voor uitwisselingen van ervaringen en intervisie. - 17 jarige shoppers (en ouders) worden op de hoogte gesteld van de intentie van het onderzoek, namelijk een poging tot aankoop van tabak. - 17 jarige shoppers staan dagelijks in contact met de medewerkers van de Onderzoekfabriek via de chatfunctie van de app. Via deze app delen de 17 jarige shoppers hun ervaringen met de Onderzoekfabriek. - Indien er in de avonduren wordt gewerkt gaan 2 auditoren gezamenlijk op stap met twee 17 jarige shoppers. Dit om de veiligheid beter te kunnen garanderen.
Proces
<ul style="list-style-type: none"> - De 17 jarige shoppers en ouders krijgen een kort intakegesprek met de Onderzoekfabriek, waarbij wordt uitgelegd wat de intentie van het onderzoek is en op welke manier het onderzoek werkt. - De auditoren begeleiden de 17 jarige shoppers tijdens hun werk. Ze halen de 17 jarige shoppers op en brengen de jongeren naar de te bezoeken locaties. - De auditor rijdt naar de locaties waar telkens de standaard werkwijze wordt doorlopen. De 17 jarige shopper gaat als eerste naar binnen. De auditor volgt de 17 jarige shopper op gepaste afstand en observeert en registreert, zonder hierbij op te vallen, de aankoop poging. De aankopen worden uitgevoerd volgens een vast protocol dat gelijk is aan het reguliere onderzoek NIX18. De 17 jarige shopper doet een poging tot aankoop van 1 pakje sigaretten. Indien de verkoopmedewerker vraagt naar het identiteitsbewijs, wordt deze overhandigd. - Vraagt de verkoopmedewerker enkel naar bevestiging in woord "ben je al 18" of vraagt de verkoopmedewerker niets, dan zal de 17 jarige shopper het pakje kopen en direct bij de het verlaten van het verkooppunt bij de auditor inleveren. - De 17 jarige shoppers zijn geïnstrueerd om naar gelang de reactie van de verkoopmedewerker desgewenst maximaal één maal aan te geven dat ze ouder zijn dan hun ware leeftijd. De 17 jarige shoppers gaan nooit in discussie met het personeel wanneer de verkoopmedewerker het verkoopproces af wil breken omdat de jongere jonger is dan 18. - In verband met de vergelijkbaarheid van het nalevingsonderzoek wordt door alle 17 jarige shoppers hetzelfde pakje sigaretten gekocht, te weten Marlboro rood. - Na de aankoop zorgen de auditoren voor het opslaan en registreren van de aangekochte pakjes sigaretten. Er wordt een selfie gemaakt voor het verkooppunt als bewijs. - Na het onderzoek worden de 17 jarige shoppers door de auditoren naar huis gebracht. - Tijdens en na afloop van het onderzoek worden de 17 jarige shoppers op de hoogte gehouden over behaalde resultaten.

Bron: Panteia

Wave 2 is met 84 verschillende shoppers uitgevoerd, waarvan 19 shoppers van 17 jaar en 65 shoppers van 18 of 19 jaar. Onderstaande tabel toont het aantal unieke shoppers uitgesplitst naar het geslacht van de shopper.

tabel 3 18-19 jarige shoppers en 17 jarige shoppers naar geslacht 1^{ste} wave 2015 en 2^e wave 2016

	Wave 1		Wave 2	
Totaal aantal bezochte verkooppunten	3.892	100%	4.607	100%
18-19 jarige shoppers	Wave 1		Wave 2	
Aantal bezochte verkooppunten	3.892	100%	3.671	80,0%
aantal unieke shoppers, waarvan	89	100%	65	100%
Jongens	32	36,0%	25	38,5%
Meisjes	57	64,0%	40	61,5%
17 jarige shoppers			Aantal	%
Aantal bezochte verkooppunten			936	20,0%
Aantal unieke shoppers, waarvan	n.v.t	n.v.t	19	100%
Jongens	n.v.t	n.v.t	5	26,3%
Meisjes	n.v.t	n.v.t	14	73,7%

Bron: Panteia

Niet alle mannelijke en vrouwelijke shoppers hebben evenveel verkooppunten bezocht. In Wave 1 is 47% van de verkooppunten bezocht door een mannelijke shopper, in Wave 2 is 60% bezocht door een mannelijke shopper. De verdeling van de aankopen en aankoopgelingen van de shoppers staat vermeld in tabel 9.

1.3 Verkooppunten & mysteryshopbezoeken

Verkooppunten

In Wave 2 zijn alle verkooppunten² uit Wave 1 opnieuw bezocht. Daarnaast zijn 1.000 extra verkooppunten bezocht. De adressen van de te bezoeken verkooppunten zijn aangeleverd door TNLT. De in totaal 5.000 adressen zijn onder te verdelen naar de verschillende betrokken branches:

1. Tabak- & gemakzaken
2. Benzinstations
3. Drogisten
4. Snackbars
5. NS stations
6. Avondwinkels

Van de 5.000 aangeleverde adressen, heeft bij 4.607 adressen (ruim 92%) een aankoop(poging) plaatsgevonden. Bij 393 adressen was een aankoop(poging) niet mogelijk, omdat het verkooppunt;

- was gesloten, deels of helemaal,
- verkocht geen tabak/sigaretten (meer),
- was woonhuis of ander bedrijf,
- was onbemand tankstation.

In Wave 2 is gewerkt met zowel 18-19 jarige shoppers als met 17 jarige shoppers (zie ook 1.2). Per Wave wordt een kwart van tabak- & gemakzaken en benzinstations geselecteerd om te worden bezocht door een 17 jarige shopper. Na vier waves zijn dan alle tabak- & gemakzaken en alle benzinstations (in totaal circa 4.000 verkooppunten) éénmaal bezocht door een 17 jarige shopper.

In Wave 2 zijn 936 tabak- & gemakzaken en benzinstations bezocht door een 17 jarige shopper. Deze verkooppunten vormen samen een goede afspiegeling van de populatie tabak- & gemakzaken en benzinstations.

Tabel 4 toont een overzicht van alle 4.607 bezochte verkooppunten, uitgesplitst naar bezoeken door 18-19 jarige shoppers, en bezoeken door 17 jarige shoppers.

² Alle verkooppunten Wave 1, minus de 'foutieve' adressen.

tabel 4 Aantal verkooppunten tabak waar een aankoop(poging) is gedaan naar (sub-) branche 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1		Wave 2		Wave 2	
	18-19 jarigen		18-19 jarigen		17 jarigen	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Tabak- & gemakzaken wel NSO lid*	1.083	27,8%	808	22,0%	263	28,1%
Tabak- & gemakzaken geen NSO lid	503	12,9%	552	15,0%	188	20,1%
Subtotaal	1.586	40,8%	1.360	37,0%	451	48,2%
Benzinestations Cluster**	388	10%	284	7,7%	96	10,3%
Benzinestations Oliemaatschappij	615	15,8%	449	12,2%	149	15,9%
Benzinestations Overig	1.057	27,2%	775	21,1%	239	25,5%
Subtotaal	2.060	52,9%	1.508	41,1%	484	51,7%
Drogist	246	6,3%	305	8,3%	n.v.t	n.v.t
Snackbar	n.v.t	n.v.t	384	10,5%	n.v.t	n.v.t
NS stations	n.v.t	n.v.t	54	1,5%	n.v.t	n.v.t
Avondwinkels	n.v.t	n.v.t	60	1,6%	n.v.t	n.v.t
Subtotaal	246	6,3%	803	21,9%	n.v.t	n.v.t
Totaal	3.892	100%	3.671	100%	936	100%

Bron: Panteia

*De NSO (de brancheorganisatie voor de tabaks- en gemaksdetailhandel) heeft voorheen mysteryshoponderzoeken laten uitvoeren bij NSO-leden. Dit is in de loop van jaren uitgebreid naar meerdere verkooppunten. Dat zijn met name verkooppunten die geen NSO-lid zijn en andere commerciële groepen. Hieronder vallen zowel verkooppunten die volgens de wet wel gelden als tabaksspeciaalzaak als verkooppunten die geen tabaksspeciaalzaak zijn volgens de wet, maar wel tabak verkopen. In dit onderzoek zijn alle tabak- & gemakzaken (zowel NSO- als niet NSO-leden) gecontroleerd. De overige tabaksverkooppunten, zoals boekwinkels, zijn steekproefsgewijs bezocht door een mystery shopper.

**De mysteryshoponderzoeken worden uitgevoerd bij nagenoeg alle tankstations met een shop. De ruim 2.000 verkooppunten zijn voor de rapportages ingedeeld in drie categorieën. Deze categorieën hebben betrekking op de omvang van de organisaties. Deze zijn (1) clusters (vanaf 5 tankstations en meer) (2) de eigen tankstations van de oliemaatschappijen; en (3) overige verkooppunten (1 tot 5 tankstations).

Bezoeken naar dag en dagdeel

De mysteryshopbezoeken aan de verkooppunten zijn verdeeld over de week. Net als tijdens Wave 1 zijn tijdens Wave 2 de meeste verkooppunten bezocht op zaterdag (24,2%). Verkooppunten worden het minst vaak op maandag bezocht (9,4%). Tabel 5 toont de verdeling van alle bezoeken over de weekdays, uitgesplitst naar bezoeken door 18-19 jarige shoppers en bezoeken door 17 jarige shoppers.

tabel 5 Aankopen en aankoop pogingen naar weekday 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 totaal	Wave 2 18-19 jarigen	Wave 2 17 jarigen
Maandag	6,8%	9,4%	10,7%	4,4%
Dinsdag	16,2%	13,7%	15,9%	4,8%
Woensdag	16,5%	18,3%	16,9%	24,1%
Donderdag	11,6%	13,9%	14,4%	11,9%
Vrijdag	16,4%	17,9%	16,2%	24,5%
Zaterdag	29,7%	24,2%	24,0%	25,2%
Zondag	2,9%	2,6%	1,9%	5,1%
Totaal	100%	100%	100%	100%
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

Tijdens Wave 2 zijn verreweg de meeste verkooppunten in de middag (66,4%) bezocht. 30,9% van alle verkooppunten is in de ochtend bezocht en 126 verkooppunten (2,7%) in de avond. Deze verdeling komt redelijk overeen met de bezoektijden-verdeling van Wave 1. Tabel 6 toont de verdeling van de bezoeken over de verschillende dagdelen.

tabel 6 Aankopen en aankoop pogingen naar dagdeel 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 totaal	Wave 2 18-19 jarigen	Wave 2 17 jarigen
Ochtend	39,2%	30,9%	29,7%	35,4%
Middag	59,9%	66,4%	67,6%	61,4%
Avond	0,9%	2,7%	2,6%	3,2%
Totaal	100%	100%	100%	100%
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

Bezoeken naar geslacht en leeftijd verkoper

Net als bij Wave 1 hebben de mystery shoppers bij elk bezoek het geslacht van de verkoper geregistreerd en hebben zij een inschatting gegeven van de leeftijd van de verkoper in drie categorieën (jong, middelbaar en oud).

Bij 62% van de verkooppunten trof de mystery shopper een vrouwelijke verkoper, bij 38% een mannelijke verkoper.

tabel 7 Aankopen en aankoopogingen naar geslacht verkoper 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 totaal	Wave 2 18-19 jarigen	Wave 2 17 jarigen
Man	39,6%	38,0%	37,5%	40,0%
Vrouw	60,4%	62,0%	62,5%	60,0%
Totaal	100%	100%	100%	100%
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

Bij de helft van de verkooppunten is de verkoper van middelbare leeftijd (tussen de 25 en 50 jaar), bij 20,9% is de verkoper jonger en bij 29,7% juist ouder.

tabel 8 Aankopen en aankoopogingen naar leeftijd verkoper 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 totaal	Wave 2 18-19 jarigen	Wave 2 17 jarigen
Jonger dan 25 jaar	23,4%	20,9%	20,6%	22,0%
Tussen 25 en 50 jaar	51,0%	49,5%	49,4%	49,7%
Ouder dan 50 jaar	25,7%	29,7%	30,0%	28,3%
Totaal	100%	100%	100%	100%
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

Bezoeken naar geslacht shopper

Tijdens Wave 2 is 53% van de verkooppunten bezocht door een 18-19 jarige mannelijke shopper en 47% van de verkooppunten is bezocht door een 18-19 jarige vrouwelijke shopper. Driekwart van de verkooppunten die zijn bezocht door een 17 jarige shopper, zijn bezocht door een vrouwelijke shopper.

tabel 9 Verdeling bezoeken naar geslacht shopper, 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 totaal	Wave 2 18-19 jarigen	Wave 2 17 jarigen
Man	47,0%	52,7%	59,8%	24,8%
Vrouw	53,0%	47,3%	40,2%	75,2%
Totaal	100%	100%	100%	100%
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

Bezoeken naar regio en grote steden

De bezoeken zijn uitgesplitst naar de vijf Nielsen-regio's. Dit is een gebruikelijke indeling voor (markt-) onderzoek. De Nielsen-regio's zijn als volgt ingedeeld:

- 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

Tabel 10 toont de verdeling van de bezoeken over de Nielsen-regio's. De meeste bezochte verkooppunten bevinden zich in de grote steden en het westen van Nederland (43,8%), het laagste aantal bezochte verkooppunten zijn er in het noorden van het land (10,5%). De verdeling over de regio's komt overeen met de verdeling uit Wave 1.

tabel 10 Aankopen en aankoopogingen naar Nielsen regio, 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 totaal	Wave 2 18-19 jarigen	Wave 2 17 jarigen
Nielsen I	16,2%	15,9%	16,0%	15,8%
Nielsen II	27,2%	27,9%	27,5%	29,8%
Nielsen III	10,9%	10,5%	10,4%	10,7%
Nielsen IV	21,7%	22,0%	22,3%	20,9%
Nielsen V	24,1%	23,6%	23,9%	22,8%
Totaal	100%	100%	100%	100%
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

1.4 Aanwezigheid elektronische leeftijdsverificatie

Een deel van de verkooppunten van tabak beschikt over een automatische leeftijdsverificatie (ELV). Dit is een elektronisch hulpmiddel waarmee direct kan worden vastgesteld of het een geldig ID-bewijs is en of de leeftijd van de houder 18 jaar of ouder is. Bij 7% (was 8,7% in Wave 1) van de bezochte verkooppunten heeft de shopper een elektronische leeftijdsverificatie waargenomen.

De meeste elektronische leeftijdsverificaties zijn geregistreerd bij tabak- & gemakzaken(14%) en het minst aantal bij de overige verkooppunten (drogisten, snackbars, NS stations en avondwinkels).

tabel 11 Aanwezigheid elektronische leeftijdsverificatie bij aankopen en aankoopogingen 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 totaal	Wave 2 18-19 jarigen	Wave 2 17 jarigen
Totaal	8,7%	7,0%	6,2%	9,1%
Tabak- & gemakzaken	17,7%	14,0%	13,7%	14,9%
Benzinestations	2,5%	2,9%	2,6%	3,7%
Overig	2,0%	0,2%	0,2%	n.v.t
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

1.5 Aanwezigheid promotiemateriaal NIX18

81,5% van de bezochte verkooppunten heeft NIX18 promotiemateriaal zichtbaar opgehangen of neergezet, 18,5% niet. Bij de benzinestations is het vaakst promotiemateriaal waargenomen, bij de overige verkooppunten het minst (drogisten, snackbars, NS stations en avondwinkels).

tabel 12 Aanwezigheid promotiemateriaal NIX18 bij aankopen en aankoopogingen 1^{ste} wave 2015 en 2^e wave 2016

	<i>Wave 1 18-19 jarigen</i>	<i>Wave 2 totaal</i>	<i>Wave 2 18-19 jarigen</i>	<i>Wave 2 17 jarigen</i>
Totaal	78,2%	81,5%	79,2%	90,5%
Tabak- & gemakzaken	85,2%	85,6%	85,0%	87,4%
Benzinestations	79,6%	93,3%	93,2%	93,6%
Overig	22,0%	42,9%	43,0%	n.v.t
Aantal verkooppunten	3.892	4.607	3.671	936

Bron: Panteia

2 Naleving vergewisplicht bij 18-19 jarigen

2.1 Nalevingspercentage vergewisplicht

Met de wijziging van de tabakswet mag men sinds 1 januari 2014 geen tabak meer verkopen aan jongeren onder de 18 jaar. Volgens deze wet moet men als verkoper van tabaksproducten zich ervan **vergewissen** dat de koper 18 jaar of ouder is. Daarom dienen de verkopers iedere potentiële koper die niet 'onmiskkenbaar' 18 jaar of ouder is, om een ID-bewijs te vragen. Omdat niet altijd duidelijk is of iemand ouder is dan achttien jaar worden kopers tot 25 jaar gevraagd om een ID-bewijs.

Wanneer is sprake van correcte naleving van de vergewisplicht?

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

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

Wanneer aan deze condities is voldaan, is sprake van correcte naleving van de vergewisplicht.

Het mysteryshop-onderzoek doet verslag van het aantal verkooppunten dat aan potentiële kopers (mystery shoppers) een ID-bewijs vraagt, maar doet geen uitspraken over de controles van het ID-bewijs. Waarom niet? Uit de mysteryshop-bezoeken van Wave 1 en Wave 2 is gebleken, dat het niet mogelijk is om een sluitende objectieve beschrijving te geven van een ID-controle, zonder een eigen interpretatie van de shopper. De shopper kan alleen aangeven of hij het *idee heeft* dat het ID-bewijs wordt bekeken, of juist niet wordt bekeken. Daar een objectieve beschrijving of beoordeling van de ID-controle niet mogelijk blijkt, is in overleg met TNLT besloten, om de nalevingspercentages van de vergewisplicht uitsluitend te baseren op de resultaten van de vraag: *is er om een ID-bewijs gevraagd?*.

In deze paragraaf staan de nalevingspercentages van de vergewisplicht van Wave 1 en Wave 2, van de branches tabak- & gemakzaken, benzinestations en overig.

Naleving vergewisplicht tabak- & gemakzaken

In Wave 1 zijn 1.586 tabak- & gemakzaken bezocht. Het totale nalevingspercentage van deze 1.586 tabak- & gemakzaken komt in Wave 1 op 68,7%.

In Wave 2 zijn 1.360 tabak- & gemakzaken bezocht. Het totale nalevingspercentage van de vergewisplicht van deze 1.360 tabak- & gemakzaken komt in Wave 2 op 66,3%. Hierbij dient te worden vermeld dat in Wave 2 in verhouding meer tabak- & gemakzaken zijn bezocht die

geen lid zijn van de NSO, dan in Wave 1. In Wave 2 is 40,6% van de bezochte tabak- & gemakzaken geen lid van de NSO, in Wave 1 was dit 31,7% (voor nadere toelichting zie ook paragraaf 1.3, tabel 4).

Naleving vergewisplicht benzinestations

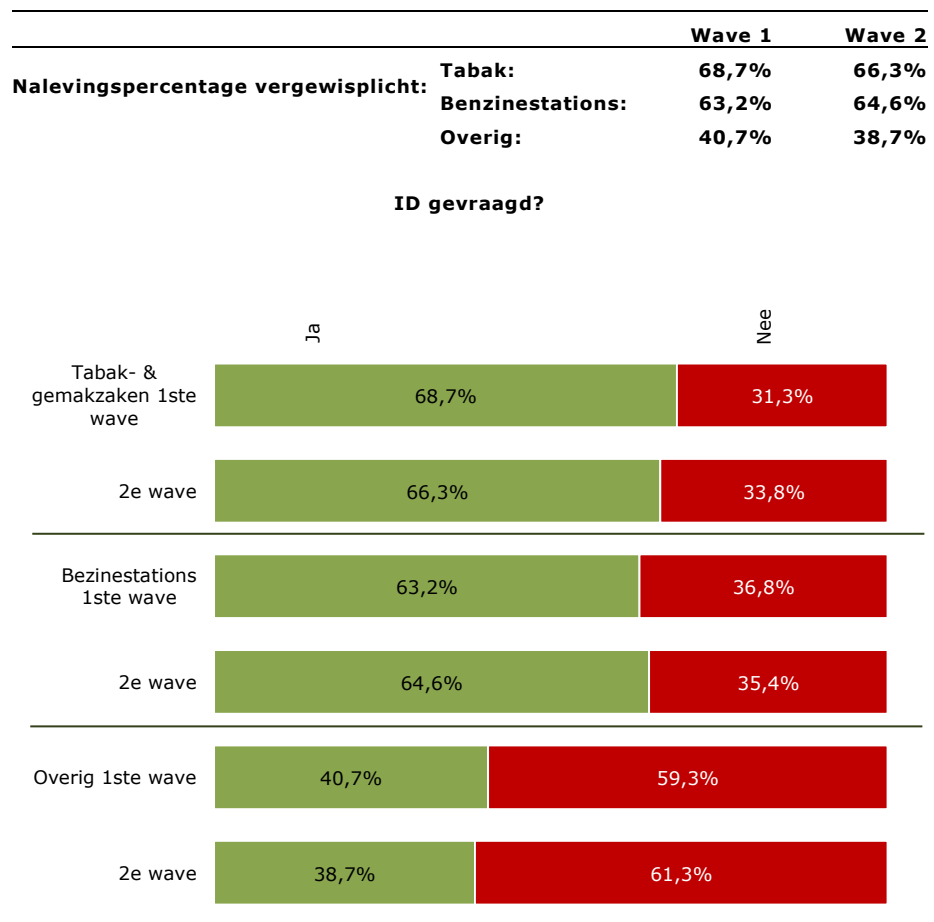
In Wave 1 vraagt 63,2% van de benzinestations om een ID, en in Wave 2 is dat 64,6%.

Naleving vergewisplicht overig

In Wave 1 vraagt 40,7% van de overige verkooppunten om een ID, en in Wave 2 is dat 38,7%. Hierbij dient te worden vermeld dat in Wave 2, meer verschillende 'overige' branches zijn bezocht, dan in Wave 1. Daar waar in Wave 1 alleen drogisterijen zijn bezocht, zijn in Wave 2 ook snackbars, NS stations en avondwinkels bezocht.

Figuur 1 toont de nalevingspercentages van de branches tabak- & gemakzaken, benzinestations en overige verkooppunten voor Wave 1 en Wave 2.

figuur 1 Nalevingspercentage vergewisplicht verkooppunten 18-19 jarigen 1^{ste} wave 2015 (n = 3.892) en 2^e wave 2016 (n = 3.671)



Bron: Panteia

De controle van het ID gebeurt door de verkoopmedewerker zelf of met behulp van een elektronische leeftijdsverificatie. Gemiddeld 6% van alle verkooppunten zijn in het bezit van een elektronische leeftijdsverificatie. De verkooppunten maken hier niet altijd gebruik van.

Controle ID tabak- & gemakzaken

Bij 13,7% van de tabak- & gemakzaken heeft de shopper een elektronische leeftijdsverificatie waargenomen. Bij 5,7% is bij de controle ook gebruik gemaakt van een elektronische leeftijdsverificatie. In Wave 1 maakte 7,1% gebruik van een elektronische leeftijdsverificatie.

Controle ID benzinestations

Bij 2,6% van de benzinestations is een elektronische leeftijdsverificatie waargenomen, 1,4% maakt hier ook gebruik van. In Wave 1 maakte 0,9% gebruik van een elektronische leeftijdsverificatie.

Controle ID overig

Bij 0,2% van de overige verkooppunten is een elektronische leeftijdsverificatie waargenomen. Bij 0,1% (= 1 verkooppunt) is hier ook gebruik van gemaakt. In Wave 1 maakte geen van deze verkooppunten gebruik van een elektronische leeftijdsverificatie.

tabel 13 Aanwezigheid en gebruik van elektronische leeftijdsverificatie 1ste wave 2015 en 2e wave 2016

	<i>Wave 1 18-19 jarigen</i>		<i>Wave 2 18-19 jarigen</i>	
	Aanwezig	Gebruikt	Aanwezig	Gebruikt
Tabak- & gemakzaken	17,7%	7,1%	13,7%	5,7%
Benzinestations	2,5%	0,9%	2,6%	1,4%
Overig	2,0%	0,0%	0,2%	0,1%

Bron: Panteia

2.2 Naleving vergewisplicht naar subgroepen

Bij de naleving van de vergewisplicht zijn er verschillen tussen diverse groepen binnen de drie hoofdbranches tabak- & gemakzaken, benzinestations en overig. Tabel 14 toont de nalevingspercentages per branche en per groep binnen een branche.

De tabak- & gemakzaken die lid zijn van de branchevereniging NSO, hebben een aanzienlijk hoger nalevingspercentage dan de niet NSO-leden. Verkooppunten die behoren tot een oliemaatschappij doen het beter dan verkooppunten uit de groep benzinestations overig.

In de branche 'overig' hebben de verkooppunten bij de NS stations het hoogste nalevingspercentage (70,4%). De snackbars scoren op dit punt het laagst, met een nalevingspercentage van 31,2%.

tabel 14 Nalevingspercentage vergewisplicht naar (sub)branche 1^{ste} wave 2015 (n=3.892) en 2^e wave 2016 (n=3.671)

	Wave 1 18-19 jarigen	Wave 2 18-19 jarigen
Tabak- & gemakzaken	68,7%	66,2%
Wel NSO-lid	75,7%	74,6%
Geen NSO-lid	53,7%	54,0%
Benzinestations	63,2%	64,6%
Benzinestations Cluster	63,7%	64,8%
Benzinestations Oliemaatschappij	72,5%	69,5%
Benzinestations Overig	57,5%	61,7%
Overig	40,7%	38,7%
Drogisten	40,7%	40,3%
NS stations	n.v.t.	70,4%
Avondwinkels	n.v.t.	50,0%
Snackbars	n.v.t.	31,2%

Bron: Panteia

2.3 Naleving vergewisplicht naar regio

Nalevingspercentage
is het hoogst in
Nielsen I

Bij de naleving van de vergewisplicht is er sprake van regio-effect. Tabel 15 toont de verschillende nalevingspercentages per regio. De verkooppunten in Nielsen I (de 3 grote steden plus randgemeenten) zien het beste toe op de leeftijdscontrole. Hier ligt het gemiddeld nalevingspercentage op 63,1%.

tabel 15 Nalevingspercentage vergewisplicht naar Nielsen-regio 1^{ste} wave 2015 (n=3.892) en 2^e wave 2016 (n=3.671)

	<i>Wave 1</i> <i>18-19 jarigen</i>	<i>Wave 2</i> <i>18-19 jarigen</i>
Nielsen I	58,6%	63,1%
Nielsen II	71,1%	62,4%
Nielsen III	65,6%	59,8%
Nielsen IV	65,9%	57,1%
Nielsen V	57,2%	56,1%

Bron: Panteia

3 Naleving leeftijdsgrens bij 17 jarigen

Wanneer is sprake van correcte naleving?

Van correcte naleving van de leeftijdscontrole bij jongeren van 17 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 op leeftijd (is de koper 18 jaar of ouder). De controle van de leeftijd kan plaatsvinden met een elektronische leeftijdsverificatie.
- En er geen sigaretten worden verkocht.

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

Naleving leeftijdsgrens tabak- & gemakzaken

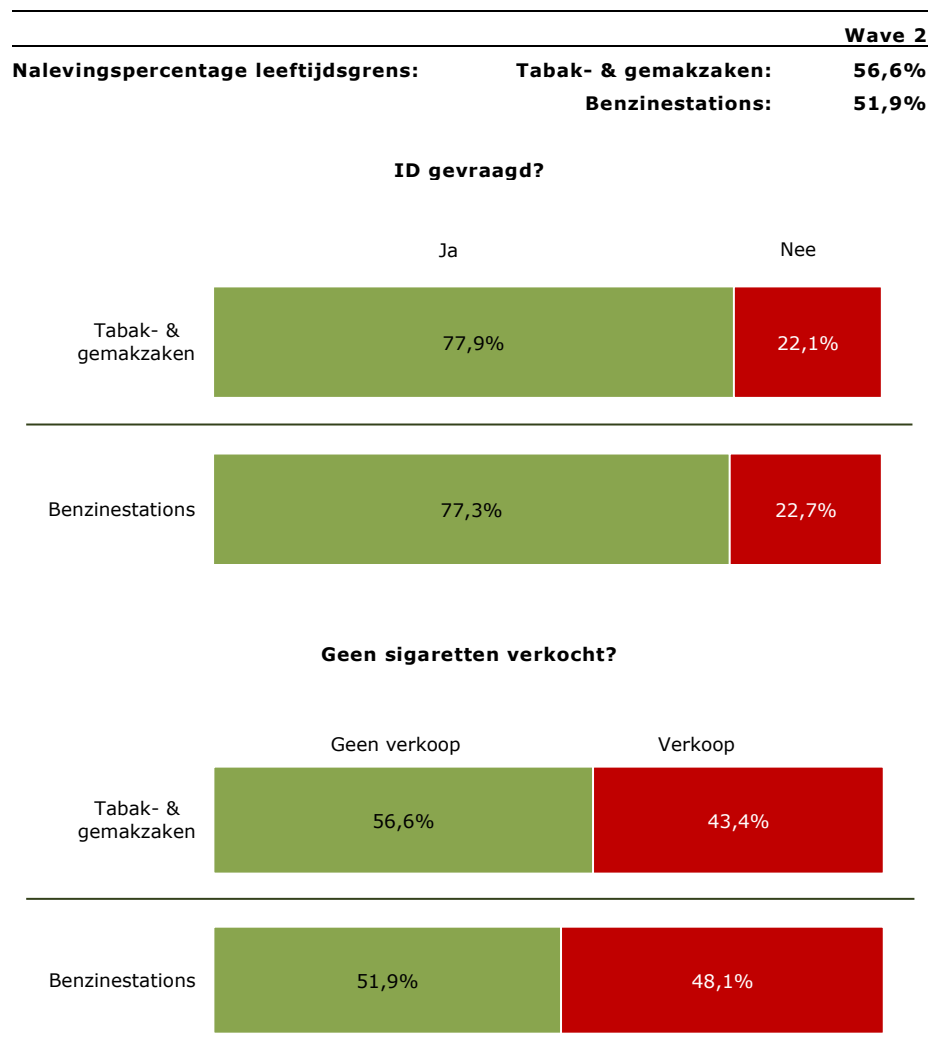
In Wave 2 vraagt 77,9% van de tabak- & gemakzaken om een ID, 22,1% niet. 56,6% van de tabak- & gemakzaken verkoopt geen sigaretten aan de 17 jarige shopper, 43,4% wel.

Het feitelijke nalevingspercentage in Wave 2 komt hiermee voor de tabak- & gemakzaken op 56,6%.

Naleving leeftijdsgrens benzinestations

In Wave 2 vraagt 77,3% van de benzinestations om een ID, 22,7% niet. 51,9% van de benzinestations verkoopt geen sigaretten aan de 17 jarige shopper, 48,1% wel. Het feitelijke nalevingspercentage in Wave 2 komt hiermee voor de benzinestations op 51,9%.

figuur 2 Nalevingspercentage leeftijdscontrole verkooppunten 17 jarige shoppers 2^e wave 2016 (n = 936)



Bron: Panteia

3.1 Naleving leeftijdscontrole naar branche en subgroepen

Bij de naleving van de leeftijdscontrole zijn er verschillen tussen diverse groepen binnen de tabak- & gemakzaken en benzinestations. Onderstaande tabel toont de nalevingspercentages van de leeftijdscontrole per branche en per subgroep binnen een branche.

De tabak- & gemakzaken die lid zijn van de branchevereniging NSO, hebben een aanzienlijk hoger nalevingspercentage dan de niet NSO-leden. Bij verkooppunten in de groep benzinestations zijn de onderlinge verschillen in naleving tussen de verschillende subgroepen minder groot.

tabel 16 Nalevingspercentage leeftijdscontrole verkooppunten 17 jarige shoppers naar branche en subgroep 2^e wave 2016 (n = 936)

	Wave 2 17 jarige shoppers
Tabak- & gemakzaken	56,6%
Wel NSO-lid	62,4%
Geen NSO-lid	48,9%
Benzinestations	51,9%
Benzinestations Cluster	55,2%
Benzinestations Oliemaatschappij	52,3%
Benzinestations Overig	50,2%
Aantal verkooppunten	936

Bron: Panteia

3.2 Naleving leeftijdscontrole naar regio

Nalevingspercentage is het hoogst in het Westen buiten de grote steden

Bij de naleving van de leeftijdscontrole is er sprake van regio-effect. Tabel 17 toont de verschillende nalevingspercentages per regio. Bij verkooppunten die zijn bezocht door 17 jarige shoppers is het nalevingspercentage het laagst in de grote steden (plus randgemeenten), slechts 39% ziet toe op een correcte leeftijdscontrole.

Deze 39% is opvallend laag. Het lage nalevingspercentage in deze wave wordt veroorzaakt doordat de meeste verkooppunten in Rotterdam (een van de 3 grote steden in Nielsen 1) door vrouwelijke 17 jarige shoppers zijn bezocht. Of een verkooppunt wordt bezocht door een vrouwelijke of mannelijke shopper maakt uit. De vrouwelijke shoppers wordt minder vaak om een ID-bewijs gevraagd van de mannelijke shoppers (voor meer toelichting zie ook hoofdstuk 4).

tabel 17 Nalevingspercentage leeftijdscontrole verkooppunten 17- jarige shoppers naar Nielsen regio 2^e wave (n = 936)

	Wave 2 17-jarigen
Nielsen I	39,2%
Nielsen II	62,7%
Nielsen III	57,0%
Nielsen IV	51,5%
Nielsen V	54,5%
Aantal verkooppunten	936

Bron: Panteia

4 Mannelijke of vrouwelijke shopper?

4.1 Geslacht shoppers en nalevingspercentage vergewisplicht

Het geslacht van de shopper heeft effect op het nalevingspercentage. Bij zowel de tabak- & gemakzaken als bij de benzinestations worden mannelijke shoppers vaker om een ID-bewijs gevraagd dan vrouwelijke shoppers. Bij de tabak- & gemakzaken vraagt 70,4% van de verkooppunten die zijn bezocht door een mannelijke shopper om ID. Van de verkooppunten die door een vrouwelijke shopper zijn bezocht, vraagt 59,7% om een ID.

Bij de benzinestations vraagt 67,7% van de verkooppunten die zijn bezocht door een mannelijke shopper om ID. Van de verkooppunten die door een vrouwelijke shopper zijn bezocht, vraagt 60,3% om een ID.

In Wave 2 zijn er meer aankopen door mannelijke shoppers gedaan dan door vrouwelijke shoppers. In Wave 1 waren de aankopen door vrouwelijke en mannelijke shoppers meer in evenwicht.

4.2 Geslacht shoppers en nalevingspercentage leeftijdscontrole

Ook bij het mysteryshop onderzoek dat is uitgevoerd door 17 jarige shoppers valt op dat mannelijke shoppers worden vaker gecontroleerd en minder vaak sigaretten meekrijgen dan vrouwelijke shoppers. Bij de 17 jarige shoppers zijn er drie keer zoveel aankoopogingen gedaan door vrouwelijke shoppers, dan door mannelijke shoppers.

Bijlagen

Bijlage 1 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

Bijlage 2 **Briefing 17 jarige shopper**

Waarom?

Wij voeren samen met jou als 17 jarige shopper en jouw auditor deze opdracht uit om te onderzoeken of winkeliers van 'tabak- & gemakzaken' vragen naar het identiteitsbewijs en of ze de leeftijd controleren.

Wij willen graag weten:

- A. Of de winkeliers om een identiteitsbewijs vragen.
- B. Of de winkeliers de leeftijd op het identiteitsbewijs controleren.
- C. Of er stickers of posters (NIX18) aanwezig zijn in de winkel die communiceren over die leeftijdsgrens. Zie voor voorbeelden de plaatjes onderaan dit document.

Wij willen de medewerkers van de shops niet misleiden, dus doe je niet ouder voor dan je bent, bijvoorbeeld: overdreven veel make-up dragen.

Wat?

De Onderzoekfabriek verwacht tijdens deze opdracht dat jij de tabakszaak en/of gemakswinkel bezoekt en hier een pakje sigaretten (Marlboro, pakje van € 6,30 met 19 sigaretten) 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 samen met je auditor een korte vragenlijst in op je smartphone die bestaan uit de bovengenoemde vragen A, B en C.

Hoe?

Het is heel belangrijk dat deze opdracht volgens de regels wordt uitgevoerd en dat de vragenlijst achteraf naar waarheid wordt ingevuld via de Onderzoekfabriek app.

Mocht er een bijzonderheid zijn bij een shop, bijvoorbeeld: failliet, verkopen geen tabak meer of iets waardoor het niet mogelijk is om de shop uit te voeren, vul dan bij vraag 1 deze bijzonderheid in. Ga dan verder met de volgende vragen. Mocht je de shop wel kunnen uitvoeren, vul dan bij vraag 1 in dat er geen bijzonderheid is.

Daarnaast zijn de volgende punten nog belangrijk:

- De aangekochte pakjes sigaretten worden door de auditor terug gestuurd naar de Onderzoekfabriek.
- Voorafgaand aan de bezoeken is het van groot belang dat je de vragenlijst nauwkeurig doorneemt.
- De sigaretten kun je met je pinpas betalen, vraag hierbij om de bon. Het is mogelijk om een voorschot te krijgen om de sigaretten te kopen.
- Neem voor de zekerheid contant geld mee, voor als er geen mogelijkheid is om te pinnen.
- Als de medewerkster vraagt of jij ouder bent dan 18 jaar, beantwoord deze vraag dan met 'ja'!
- Gedraag je niet ouder dan je leeftijd.

De regels

VERGEET NIET JE IDENTITEITSBEWIJS EN PINPAS MEE TE NEMEN!

1. Ga de winkel binnen

- A. Ga naar binnen in de winkel en loop naar de balie. Kijk bij het binnenkomen of er "NIX18" stickers op de deuren zitten.
- B. 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
- B. kassa/toonbank ook stickers of plaatjes ziet.
- C. Indien de winkelier niet om een identiteitsbewijs vraagt, betaal dan met je pinpas en loop de winkel uit. Bewaar de pinbon! Krijg je geen pinbon? Vraag dan om de pinbon!
- D. Als de winkelier wel om een identiteitsbewijs vraagt, laat deze dan zien. Als de medewerker doorheeft dat je nog geen 18 jaar bent, dan voer je geen discussie maar loop je de winkel rustig uit. Als de winkelier het niet doorheeft, dan betaal je alsnog het pakje en loop je de winkel uit. Bewaar de pinbon! Krijg je geen pinbon? Vraag dan om de pinbon.

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 met je auditor voor de winkel staan en zowel jullie als het logo van de winkel duidelijk zichtbaar zijn. De bedoeling van deze foto is om aan te tonen dat jij daadwerkelijk deze winkel hebt bezocht.
- C. Vul de vragenlijst in via de Onderzoekfabriek app op je smartphone en upload de foto's.

4. Let op de NIX18 stickers

- A. Deze kunnen zowel op de deuren zijn geplakt, bij/op de toonbank of op de kassa.
- B. Voorbeelden van deze stickers staan op de laatste pagina van deze briefing.

Wat krijgen wij van jullie na het bezoek aan de winkel?

Een volledig ingevulde vragenlijst + een selfie + een foto van de pinbon.
Verstuur dit gezamenlijk via de applicatie op je smartphone.

Wat krijgen wij van jullie nadat je alle bezoeken hebt uitgevoerd?

Thuis verzamelt je auditor de pakje sigaretten en stuurt deze per post op naar De Onderzoekfabriek, Koningsspil 6a, 7773 NK, Hardenberg. Zorg ervoor dat de auditor bij dit pakket een briefje met je naam meestuurt, zodat wij weten van wie het pakket is. De kosten voor het versturen van de pakjes sigaretten worden door ons vergoed. Neem de bon mee als bewijs dat het pakket is verzonden. Maak hier een foto van en stuur deze naar ons toe via de WhatsApp.

Wanneer krijg jij je vergoeding uitbetaald?

Wanneer je aan het einde van de dag de persoonlijke vragenlijst in de applicatie invult, maken wij de vergoeding de volgende dag naar jou en je auditor over. Deze mag je invullen samen met je auditor. Je geeft aan hoeveel shops jullie hebben gedaan en hoeveel pakjes sigaretten je hebt ontvangen. Daarnaast kan de auditor ook het aantal gereden kilometers opgeven. Ook voegt de auditor hier zijn/haar IBAN toe en een foto van de ID-kaart. Let op: mocht je op vrijdag of in het weekend gaan shoppen, houd er dan rekening mee dat wij op maandag de vergoedingen overmaken.

Tips van de Onderzoekfabriek:

- Vergeet je identiteitsbewijs en pinpas niet!;
- Zorg voor wat contant geld, voor als je niet kunt pinnen;
- Zorg ervoor dat je smartphone goed is opgeladen;
- Zorg dat je de route ook op papier bij je hebt

Lukt iets niet of heb je vragen? Twijfel niet, maar bel de Onderzoekfabriek via xxxxxxxx. In het weekend kan je ons bereiken op het nummer XXXXX.

Instructies: 'Maak een selfie voor de winkel met je begeleider'

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.
 - Zorg ervoor dat jullie beide gezichten helemaal te zien zijn, zonder zonnebril of hoofddekseel
 - Het gehele logo van de shop moet te lezen zijn.

2. Mocht bovenstaande manier niet lukken, maak dan een foto van jou en je auditor bij het straatnaambordje van de straat waarin de winkel zich bevindt.
 - Zorg ervoor dat jullie beide gezichten helemaal te zien zijn, zonder zonnebril of hoofddekseel
 - Het straatnaambordje moet goed zichtbaar en leesbaar zijn.

3. Bij het maken van een foto van de pinbon, is het belangrijk dat de NAW-gegevens van de shop en het totaalbedrag duidelijk te lezen zijn.

Instructies: 'NIX18' Point of Sale material

1. Transparante deursticker



2. Toonbank-display



3. Kassa- of toonbanksticker

< 25 jaar? laat je legitimatie zien!
< 18 jaar verkopen wij geen tabak



4. Checker



5. Checker-kaart



Bijlage 3 **Briefing auditor**

Waarom?

Wij voeren samen de 17 jarige shopper en jou deze opdracht uit om te onderzoeken of winkeliers van 'tabak- & gemakzaken' vragen naar het identiteitsbewijs en of ze de leeftijd controleren.

Wij willen graag weten:

- A. Of de winkeliers om een identiteitsbewijs vragen.
- B. Of de winkeliers de leeftijd op het identiteitsbewijs controleren.
- C. Of er stickers of posters (NIX18) aanwezig zijn in de winkel die communiceren over die leeftijdsgrens. Zie voor voorbeelden de plaatjes onderaan dit document.

Wij willen de medewerkers van de shops niet misleiden, dus de 17 jarige shoppers mogen zich niet ouder voor doen dan ze zijn, bijvoorbeeld: overdreven veel make-up dragen.

Wat?

De Onderzoekfabriek verwacht tijdens deze opdracht dat de 17 jarige shopper de tabakszaak en/of gemakswinkel bezoekt en hier een pakje sigaretten (Marlboro, pakje van 6,30 met 19 sigaretten) koopt. Tijdens dit bezoek let hij/zij goed op of er stickers in de tabakszaak aanwezig zijn met 'NIX18' erop. Na het bezoek aan een winkel, vul je samen met de 17 jarige shopper een korte vragenlijst in op je smartphone die bestaan uit de bovengenoemde vragen A, B en C.

Hoe?

Het is heel belangrijk dat deze opdracht volgens de regels wordt uitgevoerd en dat de vragenlijst achteraf naar waarheid wordt ingevuld via de Onderzoekapp.

Dit onderzoek is bedoeld voor een controle. Er zullen voor het onderzoek geen consequenties worden gehandhaafd. Is er iets misgegaan, mocht je vragen hebben tijdens het uitvoeren van de shops of twijfel je ergens over? Dan kun je contact met ons opnemen via 0523-611345, het is beter om het na te vragen en zeker te weten.

Mocht er een bijzonderheid zijn bij een shop, bijvoorbeeld: failliet, verkopen geen tabak meer of iets waardoor het niet mogelijk is om de shop uit te voeren, vul dan bij vraag 1 deze bijzonderheid in. Ga dan verder met de volgende vragen. Mocht de shop wel zijn uitgevoerd, vul dan bij vraag 1 in dat er geen bijzonderheid is.

Daarnaast zijn de volgende punten nog belangrijk:

- De aangekochte pakjes sigaretten zal de 17 jarige shopper inleveren bij jou na het uitvoeren van de shop
- De aangekochte pakjes sigaretten verzamel jij en zullen opgestuurd worden naar de Onderzoekfabriek
- Voorafgaand aan de bezoeken is het van groot belang dat je de vragenlijst nauwkeurig doorneemt.
- Wees tijdens de shop onopvallend aanwezig en houdt de 17 jarige shopper vanuit een strategische positie in de gaten
- Parkeer de auto niet in het zicht van de winkel.

Wat krijgen wij van jullie na het bezoek aan de winkel?

Een volledig ingevulde vragenlijst + een selfie van jullie + een foto van de pinbon. Verstuur dit gezamenlijk via de Onderzoekfabriek.

Wat krijgen wij van jullie nadat je alle bezoeken hebt uitgevoerd?

Thuis verzamel je de pakje sigaretten en stuurt deze per post op naar De Onderzoekfabriek, Koningsspil 6a, 7773 NK, Hardenberg. Zorg ervoor dat je bij dit pakket een briefje met je naam meestuurt, zodat wij weten van wie het pakket is. De kosten voor het versturen van de pakjes sigaretten worden door ons vergoed. Neem de bon mee als bewijs dat het pakket is verzonden. Maak hier een foto van en stuur deze naar ons toe via de WhatsApp.

Wanneer krijg jij je vergoeding uitbetaald?

Wanneer je aan het einde van de dag de persoonlijke vragenlijst in de Onderzoekapp invult, maken wij de vergoeding de volgende dag over. Deze mag je invullen samen met de 17 jarige shopper. Je geeft aan hoeveel shops jullie hebben gedaan en hoeveel pakjes sigaretten er zijn gekocht. Daarnaast geef je ook het aantal gereden kilometers op. Voeg je IBAN toe en een foto van je ID-kaart.

Let op: mocht je op vrijdag of in het weekend gaan shoppen, houd er dan rekening mee dat wij op maandag de vergoedingen overmaken.

Tips van de Onderzoekfabriek:

- Zorg ervoor dat je smartphone goed is opgeladen;
- Zorg dat je de route ook op papier bij je hebt.

Lukt iets niet of heb je vragen? Twijfel niet, maar bel de Onderzoekfabriek via 0523-611345.

In het weekend zijn wij bereikbaar op xxxxx.

Voor overige calamiteiten buiten kantoortijden om kun je bellen naar xxxxx.

Bijlage 4 Toestemmingsformulier



Postadres | 0523 611 345
Postbus 499 | info@onderzoekfabriek.nl
7772 AK Hardenberg | www.onderzoekfabriek.nl

1 maart 2016

De Onderzoekfabriek
Koningspil 6e
7773 NK Hardenberg

Beheft: Toestemmingsformulier

Beste ouder/ verzorgster,

Uw zoon/dochter zal onder begeleiding van een auditor pakjes sigaretten kopen om de overheidsregeling NK18 te controleren.

De uitvoering hiervan zal worden begeleid door een auditor. Deze auditor is de gehele tijd aanwezig en zal uw zoon/ dochter begeleiden tijdens het werk. Hij/zij haalt uw zoon/dochter op en gaat vooraf kort met u in gesprek om de route voor die dag te bespreken en mogelijke vragen toe te lichten. Daarna gaan ze samen op pad naar diverse locaties waar de shops zijn gevestigd. De auditor is tijdens de shop onopvallend aanwezig en houdt vanuit een strategische positie de aankoopgong in de gaten. Na de aankoop zorgt de auditor voor het opslaan en registreren van de aangekochte pakjes sigaretten en wordt er een selfie (foto) gemaakt voor het verkooppunt als bewijs van het bezoek.

Na het uitvoeren van de onderzoeken wordt uw zoon/dochter door de auditor naar huis gebracht en zal hij/zij met u in gesprek gaan over het verloop van de dag. Alle werkzame auditoren bij de Onderzoekfabriek zijn in het bezit van een VOG (Verklaring Omtrent Gedrag) verklaring, een auto met geldig APK en een volledige autoverzekering met inzittendendekking. Tijdens het uitvoeren van de shops zal de auditor goed bereikbaar zijn via telefoon en is de Onderzoekfabriek via het calamiteitennummer ook bereikbaar. Dit onderzoek is bedoeld voor een controle. Er zullen voor het onderzoek geen consequenties worden gehandhaafd.

Naar aanleiding van bovenstaande geef ik, toestemming om mijn zoon/ dochter des te laten nemen aan het NK18 onderzoek.

Datum:

Handtekening ouder/ verzorgster,

Namens de Onderzoekfabriek

Arend Hojsink MBA
[e] NK18@onderzoekfabriek.nl
[t] 0523-611345



Bankrekening: 6790 36 206 | Banknaam: 011 300 62 | Btw nr: NL89368076B01

Bijlage 5 Voorbeeld VOG

Verklaring Omtrent het Gedrag
Certificate of Conduct

N 1818404

Dienst Justis
Ministerie van Veiligheid en Justitie

> Retouradres: Postbus 16115, 2500 BC Den Haag

Mevrouw A.M.M.A. Wulms
Nassaulaan 28
5111 XE Baarle-Nassau

Date	Datum	23 februari 2016
Our reference	Ons kenmerk	
Surname	Geslachtsnaam	
Prefix to surname	Tussenvoegsels	
Given names	Voorna(a)m(en)	
Date of birth	Geboortedatum	
Place of birth	Geboorteplaats	Kessel
Country of birth	Geboorteland	Nederland

Mevrouw [redacted] (hierna betrokkene) heeft voor het hieronder vermelde doel en voor de hieronder vermelde belanghebbende een Verklaring Omtrent het Gedrag aangevraagd.

Auditor bij De Onderzoekfabriek B.V.


Ik heb een onderzoek naar het gedrag van betrokkene ingesteld. Het onderzoek heeft zich gericht op het/de functieaspect(en); 84. Een toelichting op dit/deze functieaspect(en) kunt u vinden op de achterzijde.

Uit het onderzoek zijn geen bezwaren gebleken tegen betrokkene voor bovengenoemd specifieke doel. Ik heb daarbij rekening gehouden met het risico voor de samenleving en het belang van betrokkene.

Op grond van artikel 28 van de Wet justitiële en strafvorderlijke gegevens geef ik de Verklaring Omtrent het Gedrag af.

De Staatssecretaris van Veiligheid en Justitie,
namens deze,


A.A.A.M. Huldy
Afdelingsmanager COVOG



The State Secretary Of Security and Justice has conducted an investigation into the conduct of the person named in this Certificate and declares that, in view of the risk to society in relation to the purpose for which the certificate has been requested and considering the interests of the person concerned, the investigation has not resulted in any objections to this person in connection with the specific profile mentioned above or the job features indicated on the reverse of this Certificate. The State Secretary is therefore hereby pleased to issue this Certificate of Conduct, pursuant to section 28 of the Dutch Judicial Data and Criminal Records Act.