

# De naleving van de alcoholleeftijdsgrens door supermarkten, slijterijen, horecagelegenheden, cafetaria's en sportkantines in 2013, 2014 en 2015.

## *Het resultaat van ruim 5800 aankoopogingen door mysteryshoppers onder de leeftijdsgrens in 133 Nederlandse gemeenten*

*Auteurs: van Beurden, A.C.J. MSc (STAP), Vegt, K.R. MSc (STAP), Van Hoof, Dr. J.J.*

*(UT), Gosselt, Dr. J.F. (UT), Van Dalen, ir. W.E. (STAP), Van Ginneken, S.B.(STAP)*

*Datum: 15 december 2015*

*Een uitgave van het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP en de Universiteit Twente.*

### 1 Inleiding

In 2006 heeft de Universiteit Twente, in samenwerking met STAP de methode van mysteryshoppen ontwikkeld met als doel te toetsen in hoeverre verkopers van alcoholhoudende drank de geldende wettelijke leeftijdsgrenzen (toen 16 jaar voor bier, wijn en gedistilleerde drank met minder dan 15% alcohol en 18 jaar voor gedistilleerde drank met 15% alcohol of meer) naleven.

Sinds 2006 zijn vele mysteryshop bezoeken afgelegd door STAP en de Universiteit Twente. De resultaten van dit grote aantal onderzoeken worden momenteel uitgewerkt in een wetenschappelijk artikel.

In dit factsheet staan de feiten en conclusies van de mysteryshop-onderzoeken die van 2013 tot en met 2015 in opdracht van gemeenten zijn uitgevoerd.

Het betreft een optelsom van de uitslagen van in totaal 133 gemeenten.

In dit factsheet zijn de nalevingscijfers van 2013, 2014 en 2015 ingedeeld per type verstrekkingpunt en per gemeentegrootte. Bovendien wordt aangeven hoe vaak de verstrekkers bij het vaststellen van de leeftijd om een identiteitsbewijs hebben gevraagd. De uitslagen voor de supermarkten en slijterijen zijn bovendien ingedeeld naar de keten waartoe de betreffende winkels behoren.

### Gehanteerde protocol door de mysteryshoppers

Bij alle mysteryshop-onderzoeken is door STAP en de Universiteit Twente eenzelfde protocol gehanteerd. Een getrainde mysteryshopper, met een leeftijd onder de geldende leeftijdsgrens en een uiterlijk passend bij zijn of haar leeftijd, bezoekt een verkooppunt en probeert daar alcoholhoudende drank te kopen. Als verkooppunten gelden supermarkten, slijterijen, cafetaria's en avondwinkels (verkooppunten voor alcoholgebruik thuis) en cafés, discotheken en sportkantines (verkooppunten voor alcoholgebruik ter plekke). De mysteryshoppers in de horecagelegenheden worden vergezeld door een tweede jongere.

Tijdens de aankoopoging observeert de mysteryshopper kenmerken van het verkooppunt en van de verkoper en de verkoophandelingen. Afhankelijk van de specifieke onderzoeksvraag wordt er na het bezoek door de mysteryshoppers een vragenlijst ingevuld waarop alle observaties van de verkoop worden genoteerd.

*Gemeenten zijn opdrachtgever van deze onderzoeken en zij bepalen welke verkooppunten bezocht dienen te worden door de mysteryshoppers. Sommige gemeenten kiezen voor alle verkooppunten, sommige voor bijvoorbeeld alleen de winkels en weer andere willen dat specifieke locaties worden bezocht waar veel jongeren hun drank kopen. Verkooppunten waarbij niet aannemelijk is dat hier jongeren komen om alcohol te bestellen, bijv. bejaardensociëteit, zijn niet bezocht.*

## 2 Aantal bezoeken en aankoopogingen van 2013-2015.

Van 2013 tot en met 2015 hebben STAP en de Universiteit Twente in opdracht van 133 gemeenten verspreid over geheel Nederland 5886 mysteryshop bezoeken afgelegd (die vallen onder het eerder beschreven protocol). Het ging daarbij om 2194 bezoeken in horecagelegenheden (cafés, discotheken), 1600 bezoeken in supermarkten (waarvan 69 in avondwinkels), 805 bezoeken in sportkantines, 710 bezoeken in cafetaria's en 577 bezoeken in slijterijen.

## 3 Nalevingspercentages per type verkooppunt in 2013, 2014 en 2015.

In Tabel 1 zijn de resultaten weergegeven van de naleving van de alcoholleeftijdsgrens in 2013, 2014 en 2015. In 2013 zijn de aankoopogingen uitgevoerd door 15- jarige mysteryshoppers en vanaf 2014 door 15- en 17- jarige mysteryshoppers. In totaal zijn in deze drie jaar in alle typen verkooppunten door mysteryshoppers 5886 aankoopogingen gedaan. In 30,2% van deze gevallen werd geen alcohol verkocht en is de wet dus correct nageleefd. De gemiddelde correcte naleving bedroeg van 2013 tot en met 2015 in supermarkten 51,2%, in slijterijen 41,8%, in de horecagelegenheden 22,2%, in cafetaria's 15,4 % en in sportkantines 15,2%.

**Tabel 1: Naleving alcoholleeftijdsgrens in 2013, 2014 en 2015 in 133 gemeenten**

	2013 (n = 1873)	2014 (n = 1089)	2015 (n = 2924)	Totaal (N = 5886)
Horeca (n = 2194*)	22,4%	15,5%	24,3%	<b>22,2%</b>
Supermarkten (n = 1600)	46,6%	52,2%	55,5%	<b>51,2%</b>
Slijterijen (n = 577)	31,2%	46,3%	42,5%	<b>41,8%</b>
Cafetaria's (n = 710)	16,1%	16,1%	14,8%	<b>15,4%</b>
Sportkantines (n = 805*)	14,7%	16,8%	15,0%	<b>15,2%</b>
<b>Gemiddeld</b>	<b>29,8%</b>	<b>30,3%</b>	<b>30,4%</b>	<b>30,2%</b>

\* In de horecagelegenheden was op het moment van onderzoek 7 keer sprake van een schenkverbod, waardoor geen alcohol kon worden gekocht. Dit was ook 162 keer het geval in sportkantines. Deze bezoeken zijn uit deze analyse gehouden omdat de naleving dus niet getoetst kon worden.

Uit de analyse blijkt dat de vestigingsplaats van de verstrekker slechts in beperkte mate gerelateerd is aan de nalevingspercentages, ingedeeld per grootte van de gemeente. Verstrekkers uit kleine gemeenten scoren zowel wat betreft het vragen naar de ID, als wat betreft de correcte naleving het hoogst. Zie tabel 2.

**Tabel 2: ID-vraag en naleving in kleine, middelgrote en grote gemeentes**

Grootte van de gemeente (N = 5886)	ID-vraag	Naleving
Klein (n = 559)	49,7%	36,3%
Middelgroot (n = 1519)	40,2%	27,1%
Groot (n = 3808)	44,2%	30,5%

\*Gemeentes zijn als volgt ingedeeld: klein (<15.000 inwoners), middelgroot (15.000-40.000) en groot (>40.000);

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 2014 en CBS, 2015).

## 4 Het vragen naar een identiteitsbewijs door de verstrekkers in 2013, 2014 en 2015.

In Tabel 3 is weergegeven hoe vaak verkopers aan de mysteryshoppers om een identiteitsbewijs hebben gevraagd. Alcoholverstrekkers zijn volgens de Drank- en Horecawet verplicht om de leeftijd van een jonge koper vast te stellen als de aspirant koper niet onmiskenbaar de leeftijd van 16 of 18 jaar (tot en met 2013) of 18 jaar (vanaf 2014) heeft bereikt. Vaststelling dient te gebeuren op basis van een erkend identiteitsbewijs. Het al of niet vragen naar een identiteitsbewijs aan mysteryshoppers is een belangrijke indicatie voor het nalevingsgedrag van de alcoholverstrekker.

Uit onderstaande tabel blijkt dat het vragen naar een identiteitsbewijs het vaakst gebeurt in supermarkten (71,4%), gevolgd door slijterijen (58,9%), cafetaria's (30,4%), de horeca (31,4%) en sportkantines (23,2%).

**Tabel 3: Vragen naar identiteitsbewijs**

	2013 (n = 1873)	2014 (n = 1089)	2015 (n = 2924)	Totaal (N = 5886)
Horeca (n = 2194*)	33,5%	22,4%	33,2%	<b>31,4%</b>
Supermarkten (n = 1600)	70,4%	68,1%	73,8%	<b>71,4%</b>
Slijterijen (n = 577)	58,1%	62,2%	57,5%	<b>58,9%</b>
Cafetaria's (n = 710)	32,9%	25,9%	31,0%	<b>30,4%</b>
Sportkantines (n = 805*)	21,4%	29,9%	22,6%	<b>23,2%</b>
<b>Gemiddeld</b>	<b>46,1%</b>	<b>42,0%</b>	<b>42,9%</b>	<b>43,7%</b>

\* In de horeca was op het moment van onderzoek 7 keer sprake van een schenverbod, waardoor geen alcohol kon worden gekocht. Dit was ook 162 keer het geval in sportkantines. Deze bezoeken zijn uit deze analyse gehouden omdat de naleving dus niet getoetst kon worden.

Uit Tabel 3 blijkt dat alcoholverstrekkers in 2013, 2014 en 2015 bij minder dan de helft van de aankoopogingen door mysteryshoppers onder de leeftijdsgrens naar een identiteitsbewijs vroegen (43,7%). Bij supermarkten gebeurde dat gemiddeld genomen bij 7 van de 10 aankoopogingen. Een vergelijking tussen Tabel 1 en 3 laat zien dat het vragen naar een identiteitsbewijs niet betekent dat de alcoholhoudende drank vervolgens niet wordt verkocht. In ongeveer een derde van de gevallen waarbij de mysteryshoppers hun identiteitsbewijs hebben laten zien, is alsnog alcohol verkocht.

## 5 Kenmerken van de verkoper en verkoopsituatie

### Invloed van geslacht en leeftijd van verkoper

In de onderzoeken worden naast het type verkooppunt ook enkele kenmerken van de verkoper en van de verkoopsituatie genoteerd. In deze paragraaf zullen deze kenmerken in verband worden gebracht met het al of niet vragen naar het identiteitsbewijs en met de al of niet correcte naleving.

Uit Tabel 4 blijkt dat vrouwelijke verkopers de Drank- en Horecawet significant beter naleven dan mannelijke verkopers. Zowel het vragen naar het

identiteitsbewijs als de uiteindelijke naleving scoren bij vrouwen beter dan bij mannen . Bovendien blijkt dat de ingeschatte leeftijd van de verkoper negatief gecorreleerd is aan het vragen naar een identiteitsbewijs en aan de naleving van de wet. Met andere woorden: des te ouder een verkoper is, des te minder hij of zij vraagt naar een identiteitsbewijs en hoe slechter hij of zij uiteindelijk de wet naleeft.

**Tabel 4: Kenmerken verkoper in relatie tot ID-vraag en naleving**

	ID-vraag	Naleving
<i>Geslacht (n = 5848)</i>		
Man (n = 2486)	34,3%	23,4%
Vrouw (n = 3362)	50,3%	34,5%
<i>Leeftijd (n = 5831)</i>		
16 – 25 jaar (n = 2561)	56,6%	40,2%
26 – 35 jaar (n = 1067)	40,0%	27,7%
36 – 45 jaar (n = 1149)	32,3%	21,2%
46 – 55 jaar (n = 772)	30,6%	17,6%
> 55 jaar (n = 282)	19,1%	11,0%

### Invloed van drukte bij verkooppunt

Uit Tabel 5 is op te maken wat de relatie is tussen de drukte bij het verkooppunt, hoe vaak er wordt gevraagd naar een identiteitsbewijs en de naleving door verkopers. Dit is gemeten door het aantal mensen te tellen dat bij de kassa staat op het moment dat de mysteryshopper daar aan komt lopen. In tegenstelling tot wat je zou verwachten, is drukte positief gecorreleerd aan de vraag naar het identiteitsbewijs en de naleving. Het is dus niet zo dat de leeftijdscontrole door tijdsdruk slecht wordt uitgevoerd. Juist als er minder of geen andere klanten zijn wordt er relatief minder vaak naar een identiteitsbewijs gevraagd en is de naleving het slechtst. De reden hiervoor zou kunnen zijn dat verkopers, wanneer er andere klanten zijn, zich meer genoodzaakt voelen om hun wettelijke verplichtingen na te komen.

**Tabel 5: Kenmerken verkoopsituatie in relatie tot ID-vraag en naleving**

	ID-vraag	Naleving
<i>Drukte: aantal mensen in rij voor mysteryshopper (n = 3196*)</i>		
Geen rij (n = 1189)	45,3%	29,0%
1 wachtende (n = 907)	50,1%	34,3%
2 wachtenden (n = 520)	69,0%	49,0%
3 wachtenden (n = 293)	66,6%	49,5%
> 4 wachtenden (n = 287)	66,2%	49,8%

\* In een deel van de onderzoeken is de drukte ook geregistreerd, namelijk 3196 keer

## 6 De naleving van de leeftijdsgrens in 2013, 2014 en 2015 in de supermarkten

Zoals uit Tabel 1 reeds blijkt dat supermarkten van alle verkooppunten de wettelijke leeftijdsgrens relatief het beste naleven met een gemiddelde naleving van 51,2%. Ook is er in 2015 vergeleken met 2013 een lichte stijging in de naleving zichtbaar. In Tabel 6 zijn de resultaten per keten vermeld. Opvallend is dat enkele supermarkten en avondwinkels die niet bij een keten zijn aangesloten (zie Overige in tabel 6) de wet slechter naleven (gemiddeld 21,1%) dan de ketensupers.

**Tabel 6: Naleving leeftijdsgrens per supermarktketen, alfabetisch geordend**

	Naleving (n = 1600)	ID-vraag (n = 1600)
Albert Heijn (n = 394)	64,7%	84,8%
Aldi (n = 132)	39,4%	64,4%
C1000 (n = 34)	58,8%	70,6%
COOP (n = 46)	56,5%	82,6%
DEEN (n = 73)	50,7%	67,1%
Dekamarkt (n = 38)	52,6%	60,5%
Dirk vd Broek (n = 40)	45,0%	82,5%
EMTÉ (n=29)	37,9%	55,2%
Hoogvliet (n = 39)	59,0%	79,5%
Jumbo (n = 167)	50,3%	71,9%
Lidl (n = 121)	77,7%	90,1%
Plus (n = 75)	61,3%	80,0%
Poiesz (n = 43)	44,2%	88,4%
Spar (n = 92)	47,8%	67,4%
Vomar (n = 50)	44,0%	72,0%
Overig* (n = 227)	21,1%	37,0%
<b>Gemiddeld (n = 1600)</b>	<b>51,2%</b>	<b>71,4%</b>

\* In de categorie Overig zitten ketens die minder dan 20 keer bezocht zijn, zoals Boni, Attent, Nettorama,

Troefmarkt, Eko Plaza, Jan Linders, supermarkten zonder keten en avondwinkels.

Van de bezoeken waarvan de keten bekend was en het aantal aankoop pogingen groot genoeg is voor het kunnen uitvoeren van een analyse, blijkt Lidl het hoogste gemiddelde nalevingspercentage te kennen (77,7%), gevolgd door Albert Heijn (64,7%) en Plus (61,3%). De slechts scorende keten zijn Aldi, met een nalevingspercentage van 39,4%, en EMTÉ, met een nalevingspercentage van 37,9%.

Volgens het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel was de gemiddelde naleving bij de bij haar aangesloten supermarktketens eind 2014 gemiddeld 62% en zouden er op dat moment enkele ketens zijn met een nalevingspercentage van meer dan 80%<sup>1</sup>. Welke ketens in 2014 hoger dan 80% scoorden is door het CBL niet bekend gemaakt en er is destijds ook geen onderzoeksrapport vrijgegeven waarin deze percentages staan vermeld.

De stijgende lijn waar toen sprake van was is in onze data (Tabel 1) ook zichtbaar, echter, de naleving ligt lager dan wat het CBL aangeeft.

## 7 De naleving van de leeftijdsgrens in 2013, 2014 en 2015 in de horecagelegenheden

Uit Tabel 1 blijkt dat de naleving van de leeftijdsgrens in de horecagelegenheden gedurende de drie onderzoeksjaren ver achter blijft bij die van supermarkten en slijterijen. De naleving in 2013 is 22,4%, in 2014 15,5% en in 2015 24,3%. Er is geen onderscheid gemaakt in type horecagelegenheden (café, restaurant, discotheek) hoewel in veel gevallen in opdracht van de gemeenten vooral horecagelegenheden zijn bezocht waar veel jongeren komen.

Bij de in totaal 2194 bezoeken aan de horecagelegenheden is in 4,1% van de bezoeken (89 keer) een portier aangetroffen. Bij de overige 2105 bezoeken werd er in de betreffende

<sup>1</sup> CBL. Naleving leeftijdsgrens door supermarkten sterk verbeterd <http://www.cbl.nl/pers/persberichten/persbericht/article/18-november-2014-naleving-leeftijdsgrens-door-supermarkten-sterk-verbeterd/>

horecagelegenheid geen portier ingezet<sup>2</sup>. De portiers hebben in 38,2% van de gevallen (34 keer) een identiteitsbewijs gevraagd aan de mysteryshoppers. Dit resulteerde in 41,6% van de gevallen tot weigering van de betreffende jongeren. Een aantal keer is de mysteryshopper geweigerd zonder dat zijn of haar leeftijd werd vastgesteld op basis van het identiteitsbewijs.

## 8 De naleving van de leeftijdsgrens in 2013, 2014 en 2015 in slijterijen

Uit tabel 1 blijkt dat de naleving van de leeftijdsgrens door de slijterijen gedurende de drie onderzoeksjaren opmerkelijke schommelingen vertoont. In 2013 bedraagt deze 31,2%, in 2014 46,3% en in 2015 42,5 %. Gemiddeld is er sprake van een naleving van 41,8%. In tabel 2 zijn de gemiddelde nalevingscijfers over drie jaar per slijterijketen weergegeven. Het zijn cijfers op basis van 577 aankoopogingen door mysteryshoppers onder de leeftijdsgrens.

**Tabel 7: Naleving leeftijdsgrens in borrelshops en per slijterijketen, alfabetisch geordend**

	Naleving (n = 577)	ID-vraag (n = 577)
Borrelshops* (n = 122)	52,5%	68,9%
Dirck III (n = 23)	73,9%	87,0%
Gall & Gall (n = 167)	62,9%	88,0%
Mitra (n = 69)	24,6%	40,6%
Ketenloos (n = 196)	19,4%	31,1%
<b>Gemiddeld (n = 577)</b>	<b>41,8%</b>	<b>58,9%</b>

\* In deze categorie zitten borrelshops van Hoogvliet, EMTÉ, C1000, COOP, DEEN, Dekamarkt, Jumbo, Plus, Poiesz, Vomar, Spar en Boni.

Wat opvalt, is dat verkopers in slijterijen die niet bij een keten zijn aangesloten de wet het slechtst naleven, namelijk in 19,4% van de

<sup>2</sup> Hierbij dient opgemerkt te worden dat deze onderzoeken (met minderjarigen) zich, vanwege de arbeidstijdenwet, niet in de zeer late avond en nacht hebben afgespeeld. Juist op die late uren wordt vaker met portiers gewerkt. De 4,1% met portier is dus een onderschatting van de prevalentie. Over de effectiviteit van portiers kunnen echter wel betrouwbare uitspraken worden gedaan.

aankoopogingen. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de meeste verkopers in een zelfstandige slijterij (waarvan een deel lid is van de SlijtersUnie) een direct belang hebben bij alcoholverkoop, terwijl dat voor een verkoper die in dienst is van een ketenslijterij minder het geval is. Een andere verklaring voor het verschil tussen ketens en zelfstandige slijterijen zou kunnen zijn dat er binnen ketens meer interne communicatie en trainingen zijn gericht op betere naleving van de leeftijdsgrens.

## 9 De naleving van de leeftijdsgrens in 2013, 2014 en 2015 in sportkantines en cafetaria's.

In totaal zijn 967 sportkantines bezocht, waarbij er 162 keer (17%) sprake was van een schenkverbod. Tijdens die 162 bezoeken kon er geen alcohol worden gekocht en werd de wet dus ook goed nageleefd. Indien er geen schenkverbod van toepassing is, is de naleving in sportkantines het slechtst (ten opzichte van de andere kanalen). In sportkantines werken over het algemeen vrijwilligers, die een paar keer per jaar 'bardienst' hebben. Het is goed denkbaar dat zij minder goed op de hoogte zijn van de regelgeving, en dat zij ook minder routine hebben in het vaststellen van de leeftijden van drinkers. Ook wordt herhaaldelijk genoemd dat men elkaar kent in een sportkantine en leeftijdsvaststelling als overbodig wordt gezien. Een praktisch probleem is dat in sportkantines de identiteitskaart soms niet binnen handbereik is (overigens is dat niet het geval bij mysteryshoppers). Tenslotte blijkt uit tabel 1 dat ook cafetaria's behoren tot de groep alcoholverstrekkers die zeer laag scoren wat betreft de naleving. Ook hier kan het een rol spelen dat er sprake is van onvoldoende kennis over de regelgeving.

## 10 Enkele conclusies en aanbevelingen.

In 2013, 2014 en 2015 hield gemiddeld iets minder dan een-derde van de verkopers van alcoholhoudende drank zich aan de wettelijke leeftijdsgrens. Ruim twee-derde verkocht alcohol aan jongeren onder de leeftijdsgrens. Ook het vragen naar het identiteitsbewijs laat nog steeds te wensen over, de meerderheid van verkopers doet dit niet.

Supermarkten leven het best de wet na (ongeveer de helft van de verkopers doet dat), gevolgd door slijterijen (ongeveer 40%), de andere verkoopkanalen blijven achter.

De grote vraag is: welk nalevingsniveau is nodig om in Nederland te bereiken dat minderjarige jongeren niet aan alcohol kunnen komen in het commerciële circuit? Simpel gezegd, als het bij de eerste poging niet lukt (50% kans bij supermarkten), wat doen jongeren dan? Gaan ze dan naar de tweede supermarkt (kans:  $50\% * 50\% = 75\%$ ), of stoppen ze met de aankoop? De Universiteit Twente voert momenteel onderzoek uit naar die 'inspanning'. Begin 2016 zal dit onderzoek afgerond zijn en worden de resultaten gepresenteerd. Afhankelijk van die inspanning die jongeren willen leveren kan dan een gewenst nalevingsniveau worden bepaald. In de diverse typen verkooppunten wordt momenteel gebruik gemaakt van allerlei hulpmiddelen (datumbriefjes, ID-swipers e.a.) die de verkopers kunnen helpen bij het correct vaststellen van de leeftijd van de klant. Het is aanbevelingswaardig dat er in Nederland degelijk, representatief onderzoek wordt ingesteld naar enerzijds de effectiviteit van die hulpmiddelen en anderzijds naar het draagvlak van die middelen, zowel bij klanten als bij verkopers. Gelet op het belang van goede naleving van de leeftijdsgrenzen bij de alcoholverkoop, is het aan te bevelen dat alcoholverkopers wettelijk verplicht worden effectief gebleken leeftijdscontrolesystemen toe te passen.