

Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 18 jaar

Nalevingsonderzoek Fryslân 2017

Colofon

Auteurs: M.R.E. Lubbers, MSc
F. Franken, MSc
Ir. W.E. van Dalen

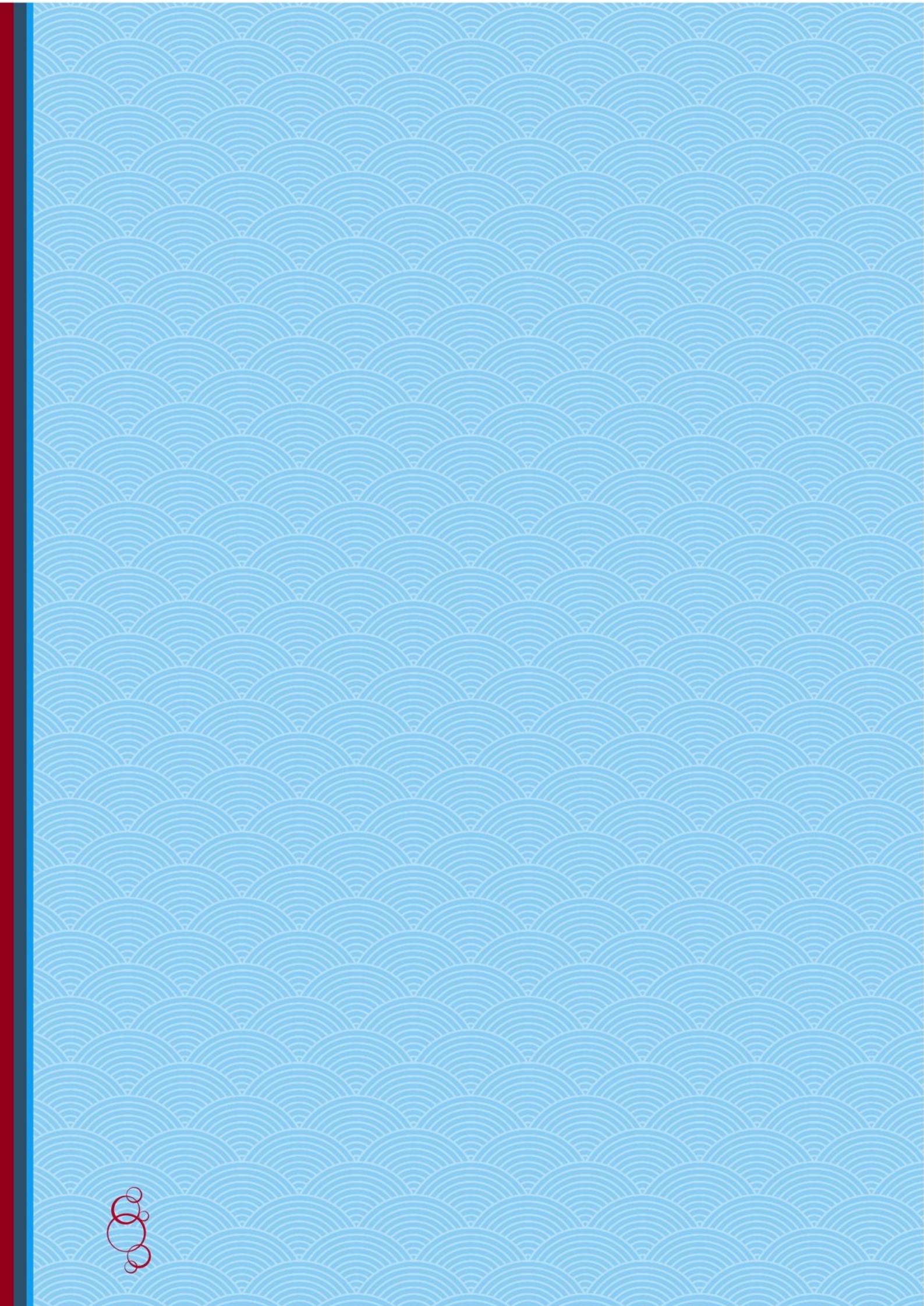
Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP
Postbus 9769
3506 GT Utrecht
Goeman Borgesiuslaan 77
3515 ET Utrecht

Utrecht, 1 september 2017

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 18 jaar

Nalevingsonderzoek Fryslân 2017



Samenvatting

In dit rapport worden de resultaten van het onderzoek in Fryslân naar de naleving door alcoholverstrekkers van de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar beschreven. Het onderzoek is in de maanden april, mei en juni 2017 uitgevoerd met behulp van de onderzoeksmethode mysteryshopping. Het betrof onderzoek onder supermarkten, slijterijen, horeca, cafetaria's, jongerencentra, sportkantines en tijdens evenementen. Alle gemeenten uit Fryslân hebben verkooppunten van alcohol aangedragen. In de selectie van de verkooppunten is rekening gehouden met de vergelijkbaarheid van het onderzoek in 2015.

Om de naleving van de leeftijdsgrens in Fryslân te onderzoeken zijn er door 17-jarige jongeren 981 aankoopogingen bij 580 alcoholverkooppunten uitgevoerd waar op het moment van bezoek alcohol in het assortiment was. Van het totale aantal van 981 aankoopogingen, heeft de verkoper 467 keer (48%) de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van alcohol correct nageleefd. Dit betekent dat bij 52% van alle aankoopogingen de 17-jarigen alcohol hebben kunnen kopen. Bij 571 van de 982 aankoopogingen (58%) werd door de verkoper naar leeftijd, identiteitsbewijs of beide gevraagd. Geprobeerd is om alle verkooppunten tweemaal te bezoeken, wat bij 401 verkooppunten gelukt is. Bij 119 van de 401 verkooppunten die tweemaal zijn bezocht (30%), konden de mysteryshoppers bij beide aankoopogingen geen alcohol kopen.

In het voorjaar van 2015 is in de Veiligheidsregio Fryslân een nulmeting uitgevoerd waarbij de naleving van de leeftijdsgrens bij diverse alcoholverkooppunten werd getoetst³. De resultaten van de éénmeting (2017) kunnen vergeleken worden met de resultaten van de nulmeting (2015). De naleving van de leeftijdsgrens is zowel in 2015 als in 2017 het hoogst bij supermarkten, respectievelijk 59% en 63%. De naleving is in alle typen verkooppunten gestegen. Het gemiddelde nalevingspercentage is gestegen van 37% in 2015 naar 48% in 2017.

- Horeca: 33% in 2015 en 45% in 2017.
- Sportkantine: 30% in 2015 en 37% in 2017.
- Cafetaria: 23% in 2015 en 43% in 2017.
- Slijterij: 46% in 2015 en 54% in 2017.
- Supermarkt: 59% in 2015 en 63% in 2017.
- Jongerencentrum: 37% in 2015 en 45% in 2017.
- Evenement: 14% in 2015 en 21% in 2017.

Begin 2016 is in opdracht van het ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport (VWS) een landelijk onderzoek uitgevoerd naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkooppunten². De resultaten van de naleving kan bij vijf typen verkooppunten vergeleken worden met het nalevingsonderzoek in de Veiligheidsregio Fryslân. In het landelijk onderzoek zijn verkooppunten met een schenktijdenbeleid of deurbeleid geëxcludeerd. Om een goede vergelijking te maken, is dit ook

toegepast op het onderzoek in Fryslân. Het nalevingspercentage is zowel landelijk als in Fryslân het hoogst bij supermarkten, namelijk 63%. De naleving in Fryslân is zowel in de horeca, sportkantines en cafetaria's hoger dan landelijk. De slijterijen hebben een iets lager nalevingspercentage; namelijk 54% in Fryslân ten opzichte van 62% landelijk.

- Horeca: landelijk 27% en Fryslân 45%.
- Sportkantines: landelijk 17% en Fryslân 32%*.
- Cafetaria's: landelijk 29% en Fryslân 43%.
- Slijterijen: landelijk 62% en Fryslân 54%.
- Supermarkten: landelijk 63% en Fryslân 63%.

**Exclusief verkooppunten met een schenktijdenbeleid. Het gemiddelde nalevingspercentage stijgt naar 37% indien verkooppunten waar bij een schenktijdenbeleid van kracht was, worden geïnccludeerd.*



Inhoudsopgave

Samenvatting	7
<hr/>	
1 Inleiding	10
1.1 Drank- en Horecawet	10
1.2 Alcoholbeleid Fryslân	11
2 Methode	13
2.1 Onderzoeksvragen	13
2.2 Onderzoeksmethode	13
3 Selectie verkooppunten	16
<hr/>	
4 Resultaten	19
4.1 Nalevingspercentage	19
4.2 Nalevingspercentage per type verkooppunt	21
4.3 Nalevingspercentage per gemeente	22
4.4 Gepleegde interventies	23
4.5 Hulpmiddelen en leeftijdscontrolesystemen	26
4.6 Factoren die van invloed zijn op het nalevingspercentage	27
4.7 Vergelijking van de naleving bij vijf typen verkooppunten met het landelijk nalevingsonderzoek	27
5 Conclusies en aanbevelingen	30
<hr/>	
Literatuurlijst	37
<hr/>	

1 Inleiding

Om de verkrijgbaarheid van alcohol voor jongeren tot achttien jaar in Fryslân in kaart te brengen, hebben de Friese gemeenten via het Platform de Nuchtere Fries het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP opdracht gegeven een nalevingsonderzoek uit te voeren in zowel 2015 als in 2017. Tijdens het onderzoek is de naleving van de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van alcohol, onderzocht met 17-jarige mysteryshoppers.

Het onderzoek in 2015 vormde een nulmeting naar de naleving van de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar bij de verkoop van alcohol in Fryslân. Tijdens dat onderzoek hebben uiteindelijk 982 aankoopogingen plaatsgevonden bij 587 verkooppunten. In 2017 is de éénmeting uitgevoerd, waarbij uiteindelijk 981 aankoopogingen bij 580 verkooppunten hebben plaatsgevonden.

Het resultaat biedt een representatief beeld van de naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar in Fryslân.

In de inleiding wordt ingegaan op de achterliggende wetgeving: de Drank- en Horecawet en het alcoholbeleid van Fryslân. In hoofdstuk twee worden de onderzoeksvragen en de methode van het mysteryshoppen beschreven. Hoofdstuk drie gaat in op de selectie van de verkooppunten. In hoofdstuk vier wordt ingegaan op de resultaten en wordt een vergelijking gemaakt met zowel de nulmeting uit 2015 als het landelijke nalevingsonderzoek uit 2016. Het rapport sluit in hoofdstuk vijf af met de conclusies en aanbevelingen.

1.1 Drank- en Horecawet

De beperking van leeftijd voor het verstrekken van alcohol is vastgelegd in de Drank- en Horecawet:

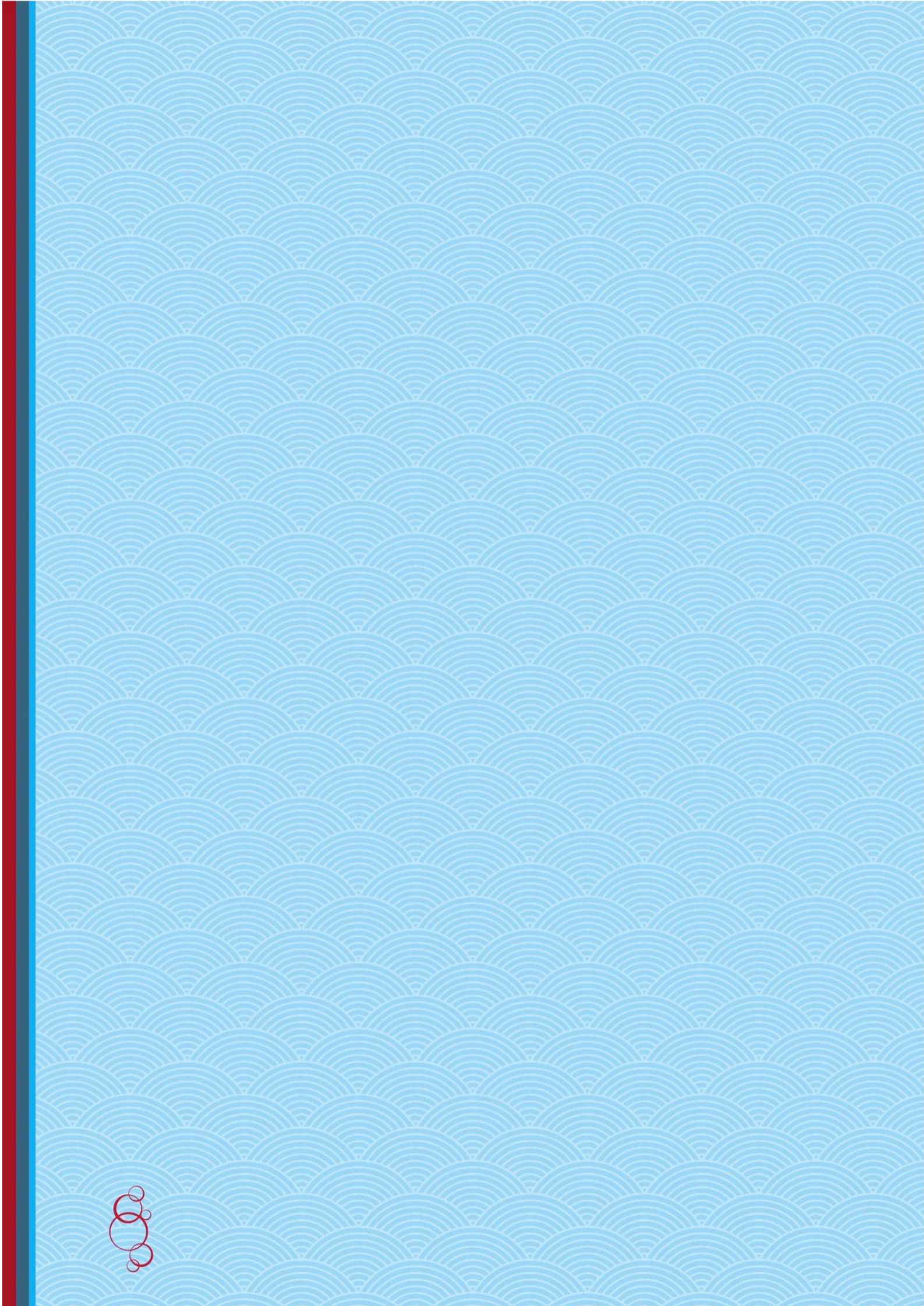
‘Het is verboden bedrijfsmatig of anders dan om niet alcoholhoudende drank te verstrekken aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. Onder verstrekken als bedoeld in de eerste volzin wordt eveneens begrepen het verstrekken van alcoholhoudende drank aan een persoon van wie is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt, welke drank echter kennelijk bestemd is voor een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt’ (DHW; artikel 20, lid 1).

In de wet is ook de bepaling opgenomen dat de verkoper van alcoholhoudende drank verplicht is te vragen naar een geldig leeftijdsdocument als niet ‘onmiskenbaar’ duidelijk is dat de koper oud genoeg is. Bij gebrek aan een geldig leeftijdsdocument, mag er geen alcohol aan jongeren verkocht worden.

Om het huidige nalevingsniveau van de leeftijdsgrens bij diverse typen verkooppunten te kunnen vaststellen, is in Fryslân de mysteryshop-methode toegepast.

1.2 Alcoholbeleid Fryslân

De Friese gemeenten, GGD Fryslân, Verslavingszorg Noord Nederland, de horecabond en Politie Fryslân werken in het 'Fries programma Jeugd, Alcohol en Drugs' samen op het gebied van alcoholpreventie. Doel van het programma: alcohol- en drugsgebruik onder jongeren terugdringen, om daarmee winst te behalen op de gezondheid en de ontwikkeling van jongeren (schoolprestaties, minder schoolverzuim, -uitval en onderprestatie); en op veiligheid (minder geweld en overlast). Het programma richt zich primair op de omgeving van jongeren en kent verschillende activiteiten binnen de drie belangrijke pijlers van effectief beleid op het gebied van alcohol- en drugsproblematiek. Een daarvan is het coördineren van provinciebreed nalevingonderzoek voor de Friese gemeenten. Met deze informatie kunnen gemeenten hun toezicht op de Drank- en Horecawet efficiënter inzetten en het geeft extra input voor een alcoholmatigingsbeleid. Beschikbaarheid van alcohol in de omgeving van jongeren is ten slotte een belangrijke voorspeller voor het drinkgedrag van jongeren; hoe hoger de beschikbaarheid, hoe hoger het alcoholgebruik.



2 Methode

2.1 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag

Welk percentage alcoholverkooppunten in Fryslân houdt zich aan de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van alcoholhoudende drank aan jongeren?

Subvragen

1. Wat is het gemiddelde nalevingspercentage in Fryslân?
2. Wat is het gemiddelde nalevingspercentage per type verkooppunt?
3. Wat is het gemiddelde nalevingspercentage per gemeente?
4. Welke individuele verkooppunten houden zich aan de wettelijke leeftijdsgrens voor de verkoop van alcoholhoudende drank aan jongeren?
5. Welke interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) plegen verkopers van alcohol?
6. In welke mate resulteren de interventies (vragen naar leeftijd en/of ID) in een correcte naleving?
7. In welke mate is de naleving in 2017 veranderd ten opzichte van 2015?
8. Hoe verhouden de nalevingscijfers en de effectiviteit van de gepleegde interventies in Fryslân zich ten opzichte van het landelijk gemiddelde (2016)?

2.2 Onderzoeksmethode

Toetsing heeft plaatsgevonden met behulp van de methode ‘mysteryshopping’, waarbij 17-jarige jongeren, geholpen door 18-jarige jongeren, aan de hand van een beproefd protocol, onder toezicht van onderzoekers van STAP, geprobeerd hebben alcohol te kopen bij supermarkten, cafetaria’s, slijterijen, horecagelegenheden, jongerencentra, sportkantines en evenementen. Bij de methode mysteryshopping wordt een bedrijf, instelling of evenement bezocht door een persoon die zich voordoet als klant, zonder dat het personeel van het bedrijf, de instelling of het evenement op de hoogte is van het onderzoek en de onderzoeksdoelstelling. Tijdens een mysteryshopbezoek proberen minderjarige mysteryshoppers alcohol te kopen op alle plaatsen waar dit normaal gesproken ook gebeurt.

De methode mysteryshopping is een objectief, op feitelijk gedrag gericht onderzoek met als doel om de naleving van de leeftijdsgrens door alcoholverstrekkers vast te stellen. De onderzoeksmethode is wetenschappelijk aanvaard en levert betrouwbare gegevens op met betrekking tot de naleving van de leeftijdsgrens. De methode wordt veelvuldig gebruikt in Nederland, de rest van Europa en de VS. De Nederlandse ‘variant’ van het mysteryshop onderzoek is in 2007 ontwikkeld door de Universiteit Twente en het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP¹.

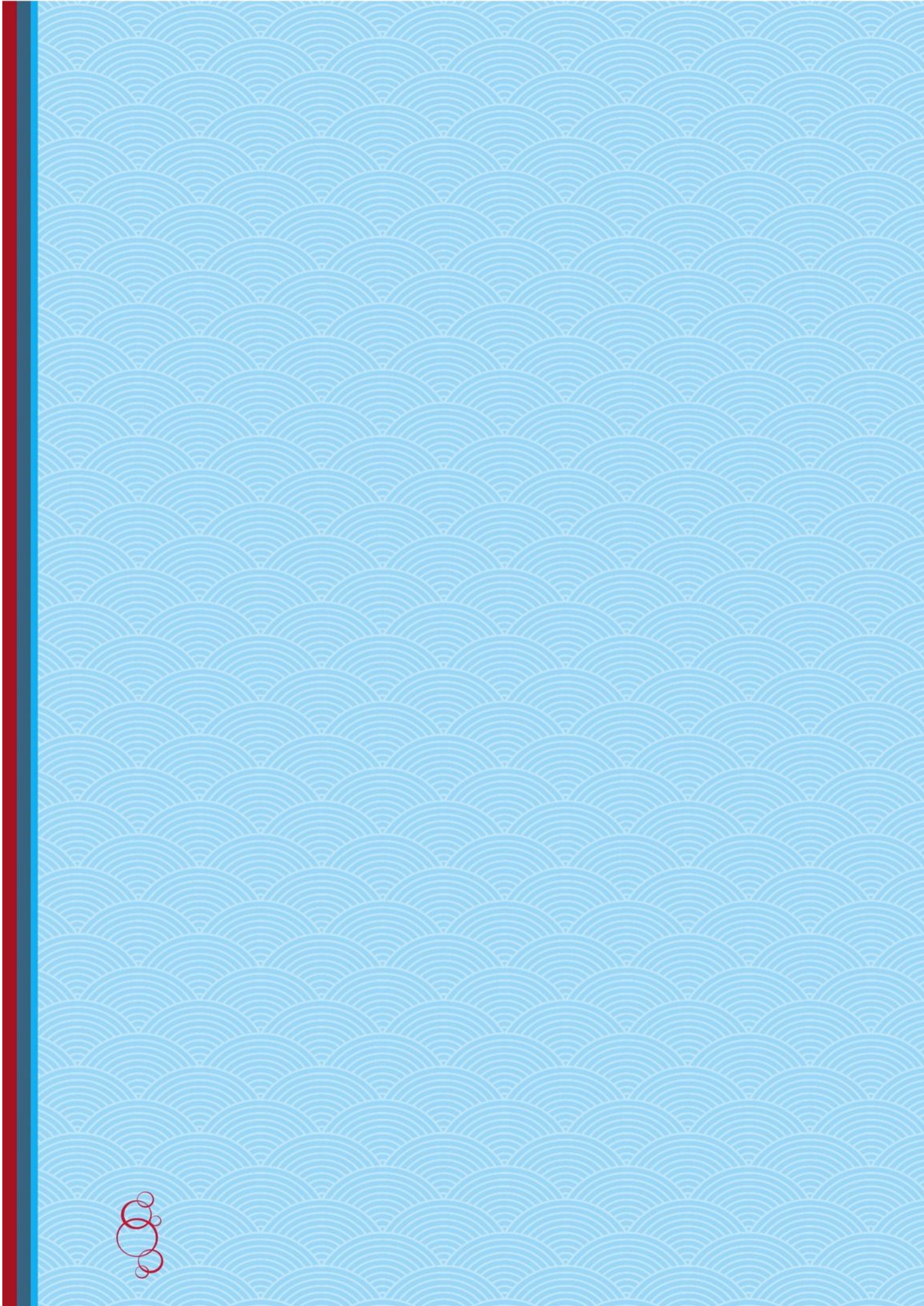
Tijdens de aankoop poging handelen de mysteryshoppers volgens een vast protocol dat van te voren is opgesteld en is geoefend. In het protocol is opgenomen dat de mysteryshoppers het verkooppunt

binnengaan. De jongeren hebben de opdracht om bij alle verkooppunten zwak-alcoholhoudende drank (bier) te kopen. Bij een aantal aankoopogingen wordt door het verkooppunt geen bier verkocht (bijvoorbeeld bij enkele slijterijen). De mysteryshoppers hebben in die gevallen wijn, een mixdrank of sterke drank proberen te kopen. De onderzoekers blijven gedurende de aankoopoging in de buurt, maar wel uit het zicht. De onderzoekers gaan niet het verkooppunt binnen, omdat dit het resultaat kan beïnvloeden. Het protocol voldoet aan belangrijke ethische en juridische normen. Sinds 1 januari 2014 is het verboden voor jongeren onder de 18 jaar om alcohol in bezit te hebben op voor publiek toegankelijke plaatsen (met uitzondering van winkels waar alcohol wordt verkocht). In het onderzoek wordt voorkomen dat de 17-jarige jongeren die meewerken aan het mysteryshop onderzoek een strafbaar feit plegen door ook een 18-jarige jongere mee te laten werken. Nadat de 17-jarige jongere alcohol heeft gekocht, neemt de 18-jarige mysteryshopper de alcohol over van de 17-jarige. Hiermee wordt uitgesloten dat de jongeren die meewerken aan het onderzoek een strafbaar feit plegen. De 17-jarige jongere blijft wel de persoon die de feitelijke aankoopoging doet. Wanneer de 17-jarige jongeren om een identiteitsbewijs werd gevraagd, lieten ze hun eigen identiteitsbewijs zien. Wanneer er werd gevraagd naar hun leeftijd, werd er door de 17-jarige jongeren aangegeven dat ze 18 jaar zijn. Dit zal in 'werkelijkheid' ook door minderjarige jongeren die aan alcohol proberen te komen gedaan worden.

Nadat de aankoopoging is afgerond vult de mysteryshopper samen met de onderzoekers een korte vragenlijst in waarbij wordt geregistreerd waar de aankoopoging heeft plaatsgevonden, hoe de interactie met de verkoper is geweest (heeft deze bijvoorbeeld om een ID en/of leeftijd gevraagd) en wat het resultaat van de aankoopoging is geweest.

De jongeren worden vooraf getraind, krijgen een alcoholvoorlichting en hun ouders verlenen vooraf toestemming voor de deelname van hun kinderen aan het onderzoek. Bij de selectie van de jongeren wordt erop gelet dat de jongeren niet alleen 17 en 18 jaar zijn, maar er ook uitzien als 'typische' 17- en 18-jarigen (qua uiterlijk en bouw). De jongeren worden bijvoorbeeld geselecteerd op lengte. Aan het nalevingsonderzoek hebben uitsluitend jongeren uit Fryslân meegewerkt.

De selectie van de verkooppunten wordt besproken in hoofdstuk 3.



3 Selectie verkooppunten

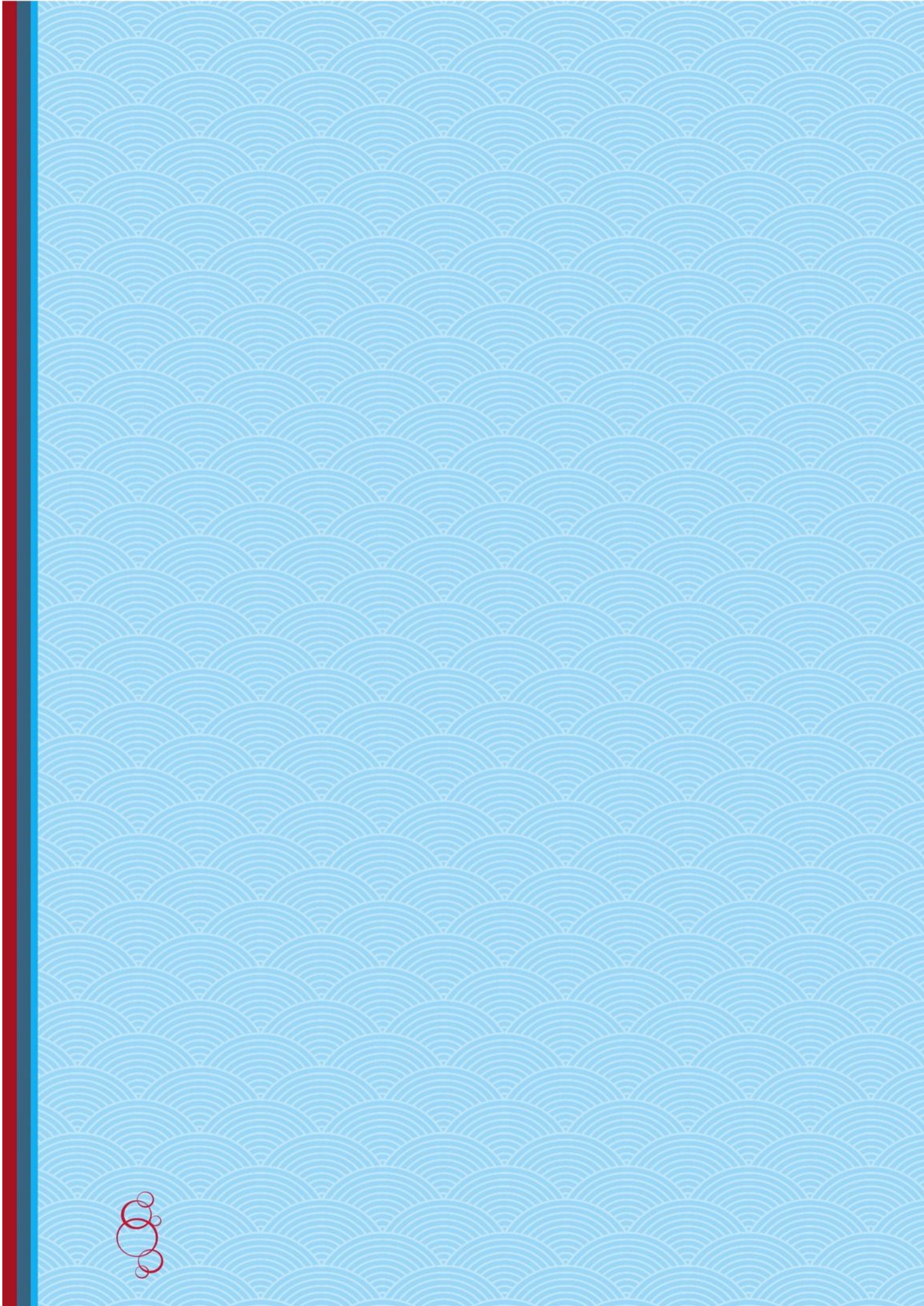
Aan de hand van het totaal aantal verkooppunten in Friesland en het aantal inwoners per gemeente is in 2015 een verdeling gemaakt van het aantal te bezoeken verkooppunten van een bepaald type binnen elke gemeente. Om de vergelijkbaarheid aan te houden, is deze verdeling ook toegepast in het huidige onderzoek. In het onderzoek zijn zeven typen verkooppunten opgenomen, namelijk: horeca, sportkantines, slijterijen, supermarkten, cafetaria's, jongerencentra en evenementen.

Alle 24 Friese gemeenten hebben overzichten van verkooppunten aangeleverd, waarbij zij veelal per verkooppunt hebben aangegeven of een verkooppunt een 'hotspot' is. Een hotspot is een verkooppunt waar veel jongeren komen en de naleving van de leeftijdsgrens nog belangrijker is. Daarnaast heeft STAP bekeken welke verkooppunten uit de overzichten van 2017 ook in 2015 zijn bezocht.

Bij het inplannen van de bezoeken aan de verkooppunten kregen allereerst de hotspots die in het onderzoek van 2015 zijn bezocht de voorkeur. Omdat jongeren onder de 18 jaar wettelijk gezien geen werktijden na 23.00uur mogen hebben, zijn alleen verkooppunten geselecteerd die voor 23.00uur openen. Bij een tekort aan hotspots van een bepaald type verkooppunt binnen een bepaalde gemeente is dit aangevuld door 'reguliere' verkooppunten van het juiste type in te plannen. Hierbij kregen de verkooppunten de voorrang die in 2015 ook zijn bezocht. Deze overige bezochte verkooppunten zijn aselekt geselecteerd uit de lijsten die zijn aangeleverd door de gemeenten.

Er is getracht elk verkooppunt tweemaal te bezoeken. Hierbij is tussen het eerste en het tweede bezoek ten minste een week ingepland. Als een ingepland verkooppunt bij een eerste of een tweede bezoek niet open bleek te zijn is als eerste geprobeerd om dit verkooppunt op een ander tijdstip in hetzelfde weekend nogmaals te bezoeken. Als het verkooppunt ook dan niet open was, of als het duidelijk was dat het verkooppunt helemaal niet open zou gaan (bijv. als het pand leeg was of als er een aankondiging hing dat het gesloten was tot een bepaalde datum) dan werd gekeken of er een andere hotspot van hetzelfde type verkooppunt binnen dezelfde gemeente beschikbaar was om hiervoor in de plaats te bezoeken. Mocht dit niet het geval zijn, dan werd het verkooppunt nogmaals bezocht of werd een 'regulier' verkooppunt van hetzelfde type binnen deze gemeente bezocht. Als ook dit geen mogelijkheid was dan werd uitgeweken naar een ander type verkooppunt. Bij sportkantines kwam dit in verhouding vaker voor dan bij andere punten, vanwege het aflopen van het competitie seizoen.

In totaal zijn ruim 1300 bezoeken afgelegd, waarbij een groot aantal verkooppunten op het moment van het bezoek gesloten was. Uiteindelijk zijn er 995 alcohol-aankoopogingen verricht bij 580 verschillende verkooppunten. Een aantal verkooppunten had op het moment van de aankoopoging geen alcohol in het assortiment of had dit niet voorradig. Deze bezoeken ($n=14$) zijn niet meegenomen in de analyses van dit rapport. Hierdoor komt men uiteindelijk op een totaal van 981 aankoopogingen bij 580 verschillende verkooppunten.



4 Resultaten

4.1 Nalevingspercentage

In totaal zijn in Fryslân 981 aankoopogingen gedaan bij 580 verschillende verkooppunten die alcohol in het assortiment hadden op het moment van de alcohol-aankoopoging. Van de 981 aankoopogingen is er 514 keer alcohol verkocht. Van de 467 keer dat de wet correct is nageleefd, kwam dit bij 14 verkooppunten omdat zij op dat tijdstip geen alcohol schonken omdat er een schenktijdenbeleid van kracht was (bijvoorbeeld bij sportverenigingen waar op dat moment alleen jeugdwedstrijden werden gespeeld, een tijdstip waarop ze op grond van zelfregulering of van een lokale verordening geen alcohol mogen schenken). Eén keer kwam het voor dat de jongeren vanwege hun leeftijd aan de deur werden geweigerd door een portier. Het gemiddelde nalevingspercentage van de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar bij de verkoop van alcohol in Fryslân komt neer op 48% (zie Tabel 1).

Tabel 1: Nalevingspercentage Fryslân

Aantal bezoeken	Aantal keer naleving	Nalevingspercentage
981	467*	48%

**Bij 14 verkooppunten was er sprake van een correcte naleving vanwege een schenktijdenbeleid en bij één verkooppunt was er sprake van een correcte naleving vanwege het deurbeleid.*

In totaal zijn 401 verkooppunten bezocht waar de mysteryshoppers twee keer een aankoopoging hebben kunnen doen en beide keren alcohol in het assortiment was (dus in totaal 802 aankoopogingen). De overige 179 verkooppunten zijn eenmaal bezocht of hadden maar één keer alcohol in het assortiment, wat resulteert in een totaal aantal bezoeken van 981. Dat verkooppunten maar éénmaal bezocht konden worden had diverse redenen.

In de meeste gevallen was het verkooppunt om onduidelijke redenen bij het tweede bezoek niet toegankelijk, ook al werd het bezocht tijdens openingstijden die op internet stonden vermeld. Het kwam eveneens regelmatig voor dat er geen enkele informatie met betrekking tot openingstijden gevonden werd op internet, dit was bijv. vaak bij buurthuizen het geval, zodat een verkooppunt op goed geluk moest worden bezocht. Verder waren er sportkantines die vanwege de sluiting van het competitie seizoen of vanwege wedstrijd afgelastingen geen tweede keer bezocht konden worden ($n=51$), is er bij een aantal verkooppunten een incident geweest waardoor een bezoek niet geldig werd verklaard ($n=7$), heeft één gemeente van de tweede bezoeker afgezien ($n=9$) en heeft een voorval met een verkoper ervoor gezorgd dat de tweede bezoeken in een deel van een gemeente niet verder plaats konden vinden ($n=9$). Van het grootste deel van het overige aantal één keer bezochte verkooppunten is de verklaring die in de methode al is gegeven van toepassing. Namelijk, dat verkooppunten op het moment van het tweede bezoek gesloten waren en er derhalve bij een

vervangend verkooppunt een aankoopoging is gedaan. Dit vervangende verkooppunt is logischerwijs dan ook slechts eenmaal bezocht.

Bij 179 verkooppunten is er eenmaal een aankoopoging gedaan door de mysteryshoppers. Bij deze verkooppunten was er 75 keer sprake van een correcte naleving van de wet, waarvan er bij drie verkooppunten sprake was van een correcte naleving vanwege een schenktijdenbeleid. Dit levert een nalevingspercentage op van 42% (zie Tabel 1.1).

Tabel 1.1: Aantal keer naleving per meetmoment

	Aantal bezoeken	Aantal keer naleving	Nalevingspercentage
Eenmaal bezocht	179	75*	42%
T1	401	201**	50%
T2	401	191***	48%
Totaal	981	467	48%

* waarvan drie keer door een schenktijdenbeleid

**waarvan vijf keer door een schenktijdenbeleid en één keer door het deurbeleid van de portiers

*** waarvan zes keer door een schenktijdenbeleid

Per meetmoment lijken er verschillen in de naleving te bestaan (zie Tabel 1.1). Bij het eerste meetmoment (T1) was er sprake van een nalevingspercentage van 50% en bij het tweede meetmoment (T2) bleek er een nalevingspercentage te zijn van 48%, de eenmaal bezochte verkooppunten hadden een naleving van 42%. De verschillen tussen de drie groepen zijn echter niet significant.

Van de 401 verkooppunten die tweemaal bezocht zijn, hebben 119 verkooppunten (30% van het totaal) tijdens beide bezoeken de wet goed nageleefd. Bij 154 verkooppunten konden de jongeren eenmaal wel alcohol kopen en eenmaal niet. Bij de overige 128 verkooppunten werd tijdens beide aankoopogingen alcohol verkocht aan de jongeren en werd de wet dus niet correct nageleefd (zie Tabel 1.2).

Tabel 1.2: Aantal keer correcte naleving bij de twee keer bezochte verkooppunten

	Aantal keer correcte naleving van de wet*			Totaal
	0x	1x	2x	
Aantal verkooppunten	128	154	119	401
Percentage van totaal aantal tweemaal bezochte verkooppunten	32%	38%	30%	n.v.t.

*Bij 11 aankoopogingen was er sprake van een correcte naleving vanwege een schenktijdenbeleid en bij één aankoopoging was er sprake van een correcte naleving vanwege het deurbeleid.

Vergelijking met cijfers 2015³

Het aantal aankoopogingen waar op het moment van het bezoek alcohol in het assortiment was, was nagenoeg gelijk in zowel 2015 als in 2017, namelijk respectievelijk 982 en 981 (zie Tabel 1.3). De correcte naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar is gestegen van 37% in 2015 naar 48% in 2017.

Tabel 1.3: Nalevingspercentage Fryslân vergelijking 2015³ en 2017

	Aantal bezoeken	Aantal keer naleving	Nalevingspercentage
2015	982	365	37%
2017	981	467	48%

4.2 Nalevingspercentage per type verkooppunt

In Tabel 2 (rechter kolom) wordt het aantal bezoeken (*n*), het aantal keren dat de wet correct werd nageleefd (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) per type verkooppunt weergegeven. Supermarkten hebben het hoogste nalevingspercentage, namelijk 63%, gevolgd door de slijterijen met een nalevingspercentage van 54%. Jongerencentra, horeca en cafetaria's volgen met respectievelijk 45%, 45% en 43%. Voor sportkantine is er een naleving van 37%. De naleving is, met 21%, bij evenementen het laagst.

Tabel 2: Naleving per type verkooppunt in 2015³ en 2017

Type verkooppunt	2015 ³	2017
Horeca	<i>n</i> =422 CN=138 (33%)	<i>n</i> =359 CN=162 (45%)*
Sportkantine	<i>n</i> =149 CN=44 (30%)	<i>n</i> =167 CN=62 (37%)**
Cafetaria	<i>n</i> =80 CN=18 (23%)	<i>n</i> =92 CN=40 (43%)
Slijterij	<i>n</i> =102 CN=47 (46%)	<i>n</i> =119 CN=64 (54%)
Supermarkt	<i>n</i> =177 CN=104 (59%)	<i>n</i> =200 CN=125 (63%)
Jongerencentrum	<i>n</i> =30 CN=11 (37%)	<i>n</i> =20 CN=9 (45%)**
Evenement	<i>n</i> =22 CN= 3 (14%)	<i>n</i> =24 CN=5 (21%)
Totaal	<i>n</i>=982 CN = 365 (37%)	<i>n</i>=981 CN=467 (48%)

*Waarbij één aankoopoging een deurbeleid van kracht was. De portier hield de jongeren tegen en controleerde het ID.

**Waarbij in 13 aankoopogingen een schenktijdenbeleid van kracht was.

***Waarbij één aankoopoging een schenktijdenbeleid van kracht was.

Vergelijking met cijfers 2015³

Tabel 2 geeft niet alleen de nalevingspercentages uit het huidige onderzoek, maar ook een overzicht van de nalevingspercentages per type verkooppunt in 2015. In beide onderzoeken is het nalevingspercentage het hoogst bij supermarkten, namelijk 59% en 63%, en het laagst bij evenementen, namelijk 14% en 21%. Het nalevingspercentage in 2017 is bij elk type verkooppunt gestegen ten opzichte van 2015.

4.3 Nalevingspercentage per gemeente

In Tabel 3 wordt het aantal bezoeken (*n*), het aantal keren dat de wet correct werd nageleefd (CN) en het gemiddelde nalevingspercentage (%) per gemeente in Fryslân van zowel 2015 als 2017 weergegeven. De nalevingspercentages van 2017 lopen uiteen van 18% (Leeuwarderadeel) tot 90% (Ameland). Het aantal bezochte verkooppunten loopt uiteen van 9 tot 95 per gemeente.

Tabel 3: nalevingspercentage per gemeente in 2015³ en 2017

Gemeente	2015	2017
Achtkarspelen	<i>n</i> =52 CN =17 (33%)	<i>n</i> =47 CN =18 (38%)
Ameland	<i>n</i> =24 CN =13 (54%)	<i>n</i> =30 CN =27 (90%)
Dantumadiel	<i>n</i> =33 CN =11 (33%)	<i>n</i> =35 CN =29 (83%)
De Fryske Marren	<i>n</i> =78 CN =26 (33%)	<i>n</i> =79 CN =42 (53%)
Dongeradeel	<i>n</i> =35 CN =17 (49%)	<i>n</i> =36 CN =24 (67%)
Ferwerderadiel	<i>n</i> =25 CN =9 (36%)	<i>n</i> =29 CN =12 (41%)
Franekeradeel	<i>n</i> =36 CN =21 (58%)	<i>n</i> =36 CN =17 (47%)
Harlingen	<i>n</i> =22 CN =9 (41%)	<i>n</i> =20 CN =7 (35%)
Heerenveen	<i>n</i> =66 CN =31 (47%)	<i>n</i> =71 CN =35 (49%)
Het Bildt	<i>n</i> =30 CN =7 (23%)	<i>n</i> =29 CN =8 (28%)
Kollumerland	<i>n</i> =32 CN =16 (50%)	<i>n</i> =32 CN =18 (56%)
Leeuwarden	<i>n</i> =102 CN =37 (36%)	<i>n</i> =95 CN =35 (37%)
Leeuwarderadeel	<i>n</i> =20 CN =9 (45%)	<i>n</i> =22 CN =4 (18%)
Littenseradiel	<i>n</i> =31 CN =12 (39%)	<i>n</i> =28 CN =14 (50%)
Menameradiel	<i>n</i> =26 CN =5 (19%)	<i>n</i> =24 CN =15 (63%)
Ooststellingwerf	<i>n</i> =43 CN =12 (28%)	<i>n</i> =45 CN =26 (58%)
Opsterland	<i>n</i> =36 CN =7 (19%)	<i>n</i> =40 CN =15 (38%)
Schiermonnikoog	<i>n</i> =13 CN =9 (69%)	<i>n</i> =9 CN =4 (44%)
Smallingerland	<i>n</i> =64 CN =25 (39%)	<i>n</i> =69 CN =27 (39%)
Súdwest Fryslân	<i>n</i> =77 CN =17 (22%)	<i>n</i> =82 CN =31 (38%)
Terschelling	<i>n</i> =37 CN =19 (51%)	<i>n</i> =43 CN =20 (47%)
Tytsjerksteradiel*	<i>n</i> =45 CN =13 (29%)	<i>n</i> =23 CN =9 (39%)
Vlieland	<i>n</i> =16 CN =12 (75%)	<i>n</i> =16 CN =11 (69%)
Weststellingwerf	<i>n</i> =39 CN =11 (28%)	<i>n</i> =41 CN =19 (46%)
Totaal	<i>n</i>=982 CN = 365 (37%)	<i>n</i>=981 CN=467 (48%)

* Tijdens beide bezoeken hebben horeca-ondernemers aangegeven door te hebben dat er een onderzoek gaande was. Met oog op de betrouwbaarheid van de resultaten is het onderzoek in de gemeente Tytsjerksteradiel destijds gestaakt. Na enkele weken zijn alle typen verkooppunten alsnog bezocht, behalve de horeca en de sportkantine (einde competitie seizoen).

Vergelijking met cijfers 2015³

Ten opzichte van 2015 zijn de nalevingscijfers bij de meeste gemeenten gestegen. De grootste stijging in het nalevingspercentage is te zien in de gemeente Dantumadiel, van 33% in 2015 naar 83% in 2017. De gemeenten Menameradiel (19% 2015; 63% 2017) en Ameland (54% 2015; 90% 2017) laten daarnaast een forse stijging zien in het nalevingspercentage. De gemeenten Franekeradeel, Harlingen, Leeuwarderadeel, Schiermonnikoog, Terschelling en Vlieland laten een daling zien in het nalevingspercentage ten opzichte van 2015.

4.4 Gepleegde interventies

De verkoper kan verschillende interventies toepassen om de leeftijd van de koper te controleren. Een interventie kan zijn: het vragen naar een identiteitsbewijs, het vragen naar leeftijd of beide. Bij 571 van de 981 aankoopogingen (58%) is door de verkoper naar identiteitsbewijs, leeftijd, of beide gevraagd (Tabel 4.1). Er is 410 keer geen interventie toegepast bij de 981 aankoopogingen. Dat betekent dat er bij 42% van de aankopen niet om identiteitsbewijs en/of leeftijd is gevraagd door de verkoper.

Tabel 4.1: Het totaal aantal interventies en de correcte naleving op basis van deze interventies

	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	16	496	59	410	981
Correcte naleving	0	400**	46	21*	467
% naleving	0%	81%	78%	5%	48%

*Waarbij in 14 aankoopogingen een schenktijdenbeleid van kracht was

** Waarbij eenmaal een deurbeleid van toepassing was; de portier hield de jongeren bij de deur tegen en controleerde de identiteitsbewijzen

Tabel 4.2 geeft een overzicht weer van het aantal toegepaste interventies bij tweemaal bezochte verkooppunten. Indien gekeken wordt naar de verkooppunten waarbij tijdens beide aankoopogingen de wet correct werd nageleefd, werd bij 96% (87% + 9%) van deze aankoopogingen een interventie toegepast. Dit in tegenstelling tot de verkooppunten die tijdens beide aankoopogingen de wet niet correct hebben nageleefd. Bij deze verkooppunten werd in 24% (3% + 19% + 2%) van de aankoopogingen een interventie gepleegd.

Tabel 4.2: Aantal toegepaste interventies bij tweemaal bezochte verkooppunten, uitgesplitst naar het aantal keer dat het verkooppunt de wet correct heeft nageleefd

Aantal keer correcte naleving bij desbetreffend verkooppunt	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
0x naleving	8 (3%)	49 (19%)	6 (2%)	193 (75%)	256
1x naleving	5 (2%)	163 (53%)	21 (7%)	119 (39%)	308
2x naleving	0 (0%)	207 (87%)	22 (9%)	9 (4%)	238
% naleving	13 (2%)	419 (52%)	49 (6%)	321 (40%)	802

Vergelijking met cijfers 2015³

Tabel 4.3 geeft een overzicht weer van het aantal toegepaste interventies (*n*), het aantal keer correcte naleving (CN) en het nalevingspercentage (%). In 2015 werd er bij 514 van de 982 aankoopogingen (52%) door de verkoper naar ID, leeftijd of beide gevraagd, waarna er bij 329 aankoopogingen de wet correct werd nageleefd (64%). In 2017 werd er iets vaker een interventie toegepast, namelijk bij 571 van de 981 aankoopogingen (58%), waarna er bij 446 aankoopogingen (78%) de wet correct werd nageleefd. Verkopers vragen het vaakst alleen naar ID, waarbij de mate waarin de verkopers de wet correct naleven is gestegen van 71% naar 81%. Het vragen naar alleen

de leeftijd resulteert in geen van de onderzoeken tot een goede naleving. Indien zowel naar ID als leeftijd werd gevraagd ($n=59$) was ten opzichte van 2015 een stijging te zien van de correcte naleving naar aanleiding van de toegepaste interventie. In meer dan 40% van de aankoopogingen wordt er door de verkoper geen interventie toegepast (48% 2015; 42% 2017).

Tabel 4.3: vergelijking toegepaste interventies 2015³ en 2017

	Leeftijd <i>n</i> CN, (%)	ID <i>n</i> CN, (%)	Leeftijd + ID <i>n</i> CN, (%)	Geen interventie <i>n</i> CN, (%)	Totaal
2015	29 0 (0%)	426 301 (71%)*	59 28 (47%)	468 36 (8%)*	982
2017	16 0 (0%)	496 400 (81%)**	59 46 (78%)	410 21 (5%)*	981

*Bij drie verkooppunten hield een portier aan de deur de jongeren vanwege hun leeftijd tegen en controleerde hun identiteitsbewijs.

** Bij een verkooppunten hield een portier aan de deur de jongeren vanwege hun leeftijd tegen en controleerde hun identiteitsbewijs

***Tijdens in totaal 25 aankoopogingen was een schenktijdenbeleid van kracht. Bij de overige keren naleving zonder interventie was er bijvoorbeeld sprake van een verkoper die op de vraag om alcohol direct al antwoordde 'ik dacht het niet'.

****Tijdens in totaal 14 aankoopogingen was een schenktijdenbeleid van kracht. Bij de overige 7 keren naleving zonder interventie was er bijvoorbeeld sprake van een verkoper die op de vraag om alcohol direct al antwoordde 'ik dacht het niet'.

Geplegde interventies per type verkooppunt

In supermarkten wordt het vaakst een interventie toegepast, namelijk in 76% van de bezoeken. Gevolgd door slijterijen (67%), cafetaria's (61%), de horeca (58%), jongerencentra (45%), sportkantines (36%) en evenementen (33%) (zie Tabel 5).

Tabel 5: Interventies per type verkooppunt

Type verkooppunt	Aantal bezoeken	Interventies (%)
Horeca	359	207 (58%)
Sportkantine	167	60 (36%)
Cafetaria	92	56 (61%)
Slijterij	119	80 (67%)
Supermarkt	200	151(76%)
Jongeren centrum	20	9 (45%)
Evenement	24	8 (33%)
Totaal	981	571 (58%)

Het toepassen van een interventie zegt echter nog niets over de efficiëntie hiervan. In onderstaande tabellen wordt weergegeven welke interventies zijn gepleegd bij welk type verkooppunt. Ook wordt weergegeven of het plegen van de toegepaste interventies effectief is: de jongeren kunnen geen alcohol kopen en er is dus een correcte naleving van de wet. In Tabel 5.1 t/m 5.7 wordt het aantal interventies, opgesplitst naar het type verkooppunt weergegeven.

Tabel 5.1: Het aantal interventies bij horeca en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

Horeca	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	10	165	32	152	359
Correcte naleving	0	135*	27	0	162
% naleving n.a.v. interventie	0%	83%	84%	0%	45%

*Waarbij eenmaal het deurbeleid van kracht was

Tabel 5.2: Het aantal interventies bij sportkantines en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

Sportkantines	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	2	48	10	107	167
Correcte naleving	0	38	7	17*	62
% naleving n.a.v. interventie	0%	79%	70%	16%	37%

* Waarbij 13 keer het schenktijdenbeleid van kracht was

Tabel 5.3: Het aantal interventies bij cafeteria's, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

Cafeteria's	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	4	47	5	36	92
Correcte naleving	0	35	4	1	40
% naleving n.a.v. interventie	0%	74%	80%	3%	43%

Tabel 5.4: Het aantal interventies bij slijterijen, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

Slijterijen	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	0	74	6	39	119
Correcte naleving	0	60	4	0	64
% naleving n.a.v. interventie	0%	81%	67%	0%	54%

Tabel 5.5: Het aantal interventies bij supermarkten, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

Supermarkten	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	0	147	4	49	200
Correcte naleving	0	121	4	0	125
% naleving n.a.v. interventie	0%	82%	100%	0%	63%

Tabel 5.6: Het aantal interventies bij jongerencentra, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

Jongerencentra	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	0	8	1	11	20
Correcte naleving	0	8	0	1*	9
% naleving n.a.v. interventie	0%	100%	0%	9%	45%

*Waarbij eenmaal een schenktijdenbeleid van kracht was

Tabel 5.7: Het aantal interventies bij evenementen, en de correcte naleving n.a.v. deze interventies

Evenementen	Leeftijd	ID	Leeftijd + ID	Geen interventie	Totaal
Aantal interventies	0	7	1	16	24
Correcte naleving	0	3	0	2	5
% naleving n.a.v. interventie	0%	43%	0%	13%	21%

4.5 Hulpmiddelen en leeftijdscontrolesystemen

Om het correct toepassen van interventies te vergemakkelijken voor de verkoper wordt door sommige verkooppunten gebruik gemaakt van hulpmiddelen of leeftijdscontrolesystemen. Bij de 981 aankoop pogingen is er door de mysteryshoppers 150 keer (15% van de aankoop pogingen) aangegeven dat de verkoper een hulpmiddel of systeem gebruikte bij de verkoop van alcohol.

Van de 150 keer dat er een hulpmiddel of systeem gebruikt werd betrof dit 117 keer het intypen van de geboortedatum op de kassa, 14 keer werd een ID-swiper gebruikt, 12 keer werd er gebruikt gemaakt van leeftijdsbandjes, 4 keer werd de hulp van een collega of mobiel ingeschakeld en 3 keer werd een briefje met datum gebruikt. In Tabel 6 wordt ingegaan op het aantal hulpmiddelen en de correcte naleving naar aanleiding van deze hulpmiddelen.

Tabel 6: Het totaal aantal gebruikte hulpmiddelen en de correcte naleving n.a.v. deze hulpmiddelen

	Intoetsen geboortedatum	ID- swiper	Briefje met datum	Leeftijdsbandje*	Hulp van collega of mobiel**	Geen hulpmiddel	Totaal
Aantal	117	14	3	12	4	837	981
Correcte naleving	104	12	3	3	4	341	467
% naleving n.a.v. hulpmiddel	89%	86%	100%	25%	100%	41%	48%

*De minderjarige ontving negen keer onterecht een polsbandje voor 18-plussers, waarna éénmaal correct werd nageleefd doordat de beveiliging nogmaals een ID-controle uitvoerde en het polsbandje in beslag nam. Tweemaal is terecht een polsbandje voor 18-minners verstrekt, waarna in beide keren de wet correct werd nageleefd.

**Tweemaal is de rekenmachine op de mobiele telefoon gebruikt om de leeftijd uit te rekenen. De overige keren werd een collega ingeschakeld om te helpen met het uitrekenen van de leeftijd.

4.6 Factoren die van invloed zijn op het nalevingspercentage

Tijdens dit onderzoek zijn verschillende aspecten gerapporteerd die mogelijk van invloed zijn op het wel of niet kunnen kopen van alcohol. Na afloop van de meting is door middel van statistische analyse nagegaan of één of meer van de geobserveerde variabelen effect hebben gehad op de naleving door de verkopers. Deze aspecten betreffen de geschatte leeftijd van de verkoper, het geslacht van de verkoper, het geslacht van de minderjarige jongere en de drukte in het verkooppunt.

Uit de analyses bleek een significante correlatie tussen het geslacht van de minderjarige jongere en de naleving: bij meisjes werd er significant minder vaak nageleefd dan bij jongens (zie Tabel 6).

Tabel 7: Verschil in naleving geslacht minderjarige jongeren

	Werd er nageleefd?		Totaal
	Nee	Ja	
Jongen	204 (48%)	225 (52%)	429
Meisje	310 (56%)	242 (44%)	552
Totaal	514 (52%)	467 (48%)	981

In de onderzoeksopzet is getracht ongeveer de helft van de aankoopogingen uit te laten voeren door een 17-jarige jongen en de andere helft door een 17-jarig meisje (dus ook bij verkooppunten die twee keer zijn bezocht). Dit is bij het overgrote deel van de verkooppunten gelukt. Een aantal keer zijn er twee bezoeken door een meisje gedaan (bijvoorbeeld bij een last-minute afzegging van een jongen tijdens een mysteryshop weekend). Het verschil tussen jongens en meisjes wat betreft naleving is op deze manier al zoveel mogelijk gecorrigeerd door de onderzoeksopzet. De overige factoren bleken geen correlatie te hebben met de kans op een correcte naleving, dus deze aspecten hebben geen invloed gehad op het wel of niet kunnen kopen van alcohol door minderjarige jongeren.

4.7 Vergelijking van de naleving bij vijf typen verkooppunten met het landelijk nalevingsonderzoek

In begin 2016 is in opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport een landelijk onderzoek uitgevoerd naar de naleving van de leeftijdsgrens bij sportkantines, supermarkten, slijterijen, cafetaria's, horecagelegenheden, thuisleveranciers en "overige verkooppunten" (zoals avondwinkels)². De resultaten van de naleving bij de vijf eerst genoemde typen verkooppunten kunnen vergeleken worden met het nalevingsonderzoek in de Veiligheidsregio Fryslân.

Als het gaat om naleving scoort Fryslân in horeca, sportkantines en cafetaria hoger in vergelijking met het landelijke nalevingsonderzoek. De supermarkten in Fryslân hebben - net als in het landelijke nalevingsonderzoek - een nalevingspercentage van 63%. De slijterijen hebben in vergelijking met het landelijke nalevingsonderzoek een lager nalevingspercentage (54% vs. 62%).

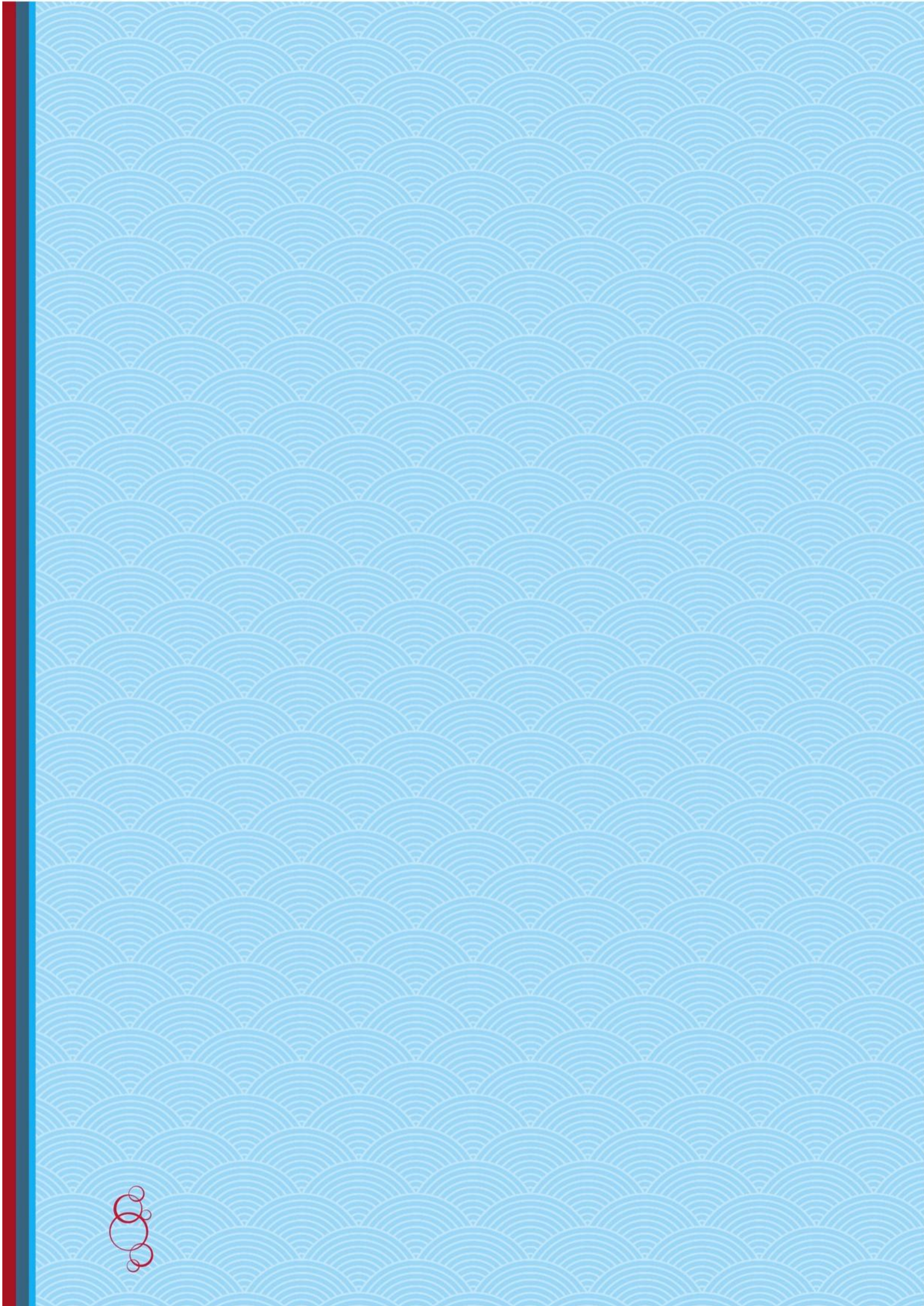
Tabel 8: Naleving bij vijf typen verkooppunten landelijk en in de Veiligheidsregio Fryslân

Type verkooppunt	Landelijk (2016)	Fryslân (2017)
Horeca	301 CN = 80 (27%)	358 CN = 161 (45%)*
Sportkantines	90 CN = 15 (17%)	154 CN = 49 (32%)**
Cafetaria	105 CN = 30 (29%)	92 CN = 40 (43%)
Slijterijen	327 CN = 202 (62%)	119 CN = 64 (54%)
Supermarkten	401 CN = 254 (63%)	200 CN = 125 (63%)

*In het landelijk onderzoek zijn verkooppunten met een deurseleid geëxcludeerd. Voor een correcte vergelijking is dit ook toegepast op Fryslân (n=1).

**In het landelijk onderzoek zijn verkooppunten met een schenktijdenbeleid geëxcludeerd. Voor een correcte vergelijking is dit ook toegepast op Fryslân (n=13).

Een vergelijking van de **gemiddelde** naleving tussen landelijk en in Fryslân bij de vijf typen verkooppunten uit Tabel 8 is niet goed mogelijk. Vooral omdat door uitval tijdens het landelijke onderzoek naar verhouding weinig slecht scorende verkooppunten (zoals sportkantines) zijn bezocht. Daarentegen zijn verhoudingsgewijs wel veel goed scorende typen verkooppunten, (zoals supermarkten en slijterijen) bezocht. Omdat dat resulteerde in een gemiddeld nalevingscijfer dat geen goed beeld gaf van de naleving in Nederland heeft het onderzoeksbureau destijds het totale gemiddelde nalevingspercentage naar beneden gecorrigeerd door een wegingsfactor toe te passen. Bij de correctie heeft men gekeken naar het totaal aantal verkooppunten per type verkooppunt in het hele land. Op basis daarvan is de totale naleving herberekend. De exacte berekening van die weging wordt niet vermeld in het rapport. Het is dan ook nu niet meer mogelijk voor die vijf typen verkooppunten uit Tabel 8 een gewogen gemiddelde naleving voor heel Nederland te berekenen. Een weging achteraf van de data van Fryslân is niet nodig, omdat STAP vooraf rekening heeft gehouden met de aantallen verkooppunten (van die vijf typen) binnen elke gemeente. En er is bij uitval (zoveel mogelijk) gezocht naar verkooppunten van hetzelfde type in dezelfde gemeente.



5 Conclusies en aanbevelingen

5.1 Conclusies

Het doel van dit nalevingsonderzoek is om objectief vast te stellen in hoeverre de Drank- en Horecawet (specifiek artikel 20, lid 1) wordt nageleefd in Fryslân. De centrale vraag in het onderzoek is in welke mate verkopers van alcohol in Fryslân zich houden aan de wettelijke leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van alcoholhoudende drank.

5.1.1 Naleving van de leeftijdsgrens

In totaal is met 981 aankoopogingen bij 580 verkooppunten de naleving in Fryslân getoetst. Bij 467 van de 981 aankoopogingen konden de mysteryshoppers geen alcohol kopen wat resulteert in een gemiddeld nalevingspercentage voor Fryslân van 48%. Het nalevingspercentage is gestegen ten opzichte van het onderzoek in 2015³ waar bij in 37% van de aankoopogingen de wet correct werd nageleefd.

In totaal zijn zeven verschillende typen verkooppunten bezocht. Supermarkten kennen een gemiddeld nalevingspercentage van 63% (t.o.v. 59% 2015), slijterijen van 54% (t.o.v. 46% 2015), de horeca van 45% (t.o.v. 33% 2015), jongerencentra van 45% (t.o.v. 37% 2015), cafetaria's van 43% (t.o.v. 23% 2015), sportkantines van 37% (t.o.v. 30% 2015), en evenementen van 21% (t.o.v. 14% 2015). Ten opzichte van 2015 is het nalevingspercentage bij alle typen verkooppunten gestegen.

Van de 401 verkooppunten die twee keer zijn bezocht, was er bij 119 verkooppunten sprake van een correcte naleving bij beide aankoopogingen. Bij 154 verkooppunten werd er één keer correct nageleefd en bij 128 verkooppunten was er geen enkele keer sprake van een correcte naleving. Het huidige onderzoek geeft hiermee een indicatie van in hoeverre er bij specifieke verkooppunten sprake is van een sterk of zwak nalevingsbeleid. Echter, als er meer bezoeken per verkooppunt worden uitgevoerd, zal er waarschijnlijk een nog duidelijker beeld ontstaan van de consistentie van het beleid van dat specifieke verkooppunt wat betreft de naleving. Dat wil zeggen dat verkooppunten die bijvoorbeeld bij tien bezoeken elke keer niet naleven, naar alle waarschijnlijkheid een zwakker nalevingsbeleid voeren dan verkooppunten die maar twee van de tien keer niet naleven. De huidige cijfers bieden anderzijds wel een belangrijke indicatie voor de mate waarin per Friese gemeente en in Fryslân als geheel de leeftijdsgrens van 18 jaar voor alcoholverkoop door de verschillende type alcoholverstrekkers wordt nageleefd.

5.1.2 Gepleegde interventies en hun effectiviteit

In de wet is de bepaling opgenomen dat de verkoper van alcoholhoudende drank verplicht is te vragen naar een geldig leeftijdsdocument als de koper niet 'onmiskienbaar' de vereiste leeftijd heeft bereikt. Om de leeftijd van de koper vast te stellen kan een verkoper verschillende interventies toepassen: het vragen naar een identiteitsbewijs, het vragen naar leeftijd of beide. In het onderzoek is nagegaan welke interventies door verkopers van alcohol worden toegepast tijdens de

aankoopogingen van de mysteryshoppers, en hoe effectief deze interventies zijn voor het naleven van de leeftijdsgrens.

In totaal is er bij 571 aankoopogingen een interventie toegepast (zie Tabel 4.1). Er is 16 keer gevraagd naar de leeftijd van de mysteryshopper, dit leidde geen enkele keer tot een correcte naleving. Naar een identiteitsbewijs is 496 keer gevraagd, wat bij 400 aankoopogingen ervoor zorgde dat de mysteryshopper geen alcohol kon kopen (81%). Bij 59 aankoopogingen werd er om zowel leeftijd als identiteitsbewijs gevraagd, waarna vervolgens 46 keer goed werd nageleefd (78%).

Wat hieruit blijkt is dat het consequent controleren van het ID-bewijs van jongeren een belangrijke factor is bij een correcte naleving van de leeftijdsgrens voor alcoholverkoop. Uitsluitend vragen naar leeftijd is niet effectief. Opvallend is dat het vragen naar zowel leeftijd als ID minder effectief is dan het uitsluitend vragen naar het ID-bewijs. Uit de opmerkingen van de mysteryshoppers komt hiervoor een mogelijke oorzaak naar voren: als er naar de leeftijd is gevraagd en de jongere zegt dat hij of zij 18 jaar is, wordt vervolgens minder zorgvuldig naar het ID-bewijs gekeken. Het lijkt erop dat de verkoper dan voornamelijk naar bevestiging zoekt dat de jongere inderdaad 18 is en bijvoorbeeld alleen naar het geboortjaar kijkt (terwijl de jongere pas later in het jaar achttien wordt). Verkopers kunnen dus het beste gelijk naar het ID-bewijs vragen en daarmee verwarring voorkomen.

Ten opzichte van 2015 is er vaker om alleen een identiteitsbewijs gevraagd en is de naleving aan de hand van de toegepaste interventie gestegen, namelijk van 71% in 2015 naar 81% in 2017. In dit onderzoek is even vaak gevraagd naar een ID-bewijs én de leeftijd als in 2015. De naleving na deze interventiemethode is gestegen van 47% in 2015 naar 78% in 2017.

Hulpmiddelen en leeftijdscontrolesystemen

Door de mysteryshoppers wordt gerapporteerd dat van leeftijdscontrolesystemen weinig gebruik wordt gemaakt, ofwel dat deze niet aanwezig zijn. Van de 981 aankoopogingen, werd er in 150 gevallen zichtbaar gebruik gemaakt van een hulpmiddel om de leeftijd van de koper vast te stellen. Het simpel intoetsen van de geboortedatum ($n=117$) scoort hoog; bij 89% van de aankoopogingen was er sprake van een correcte naleving nadat deze interventie werd toegepast. Het gebruik van de ID-swiper ($n=14$) scoort eveneens hoog, met 86% correcte naleving. In totaal is 12 keer gebruik gemaakt van een leeftijdsgebonden polsbandje, echter bij 9 bezoeken werd er onterecht een polsbandje voor 18-plussers aan minderjarigen verstrekt. In totaal is driemaal goed nageleefd (25%), waar bij één aankoopoging de beveiliging een extra ID-check uitvoerde bij een minderjarige mysteryshopper met een polsbandje voor 18-plussers. Na een correcte ID-check werd het polsbandje voor 18-plussers in beslag genomen. Viermaal is een collega om hulp gevraagd of gebruikte de caissière de mobiele telefoon om de leeftijd uit te rekenen. Dit leidde tot een goede naleving (100%). Hetzelfde nalevingspercentage wordt geregistreerd bij het gebruik van een simpel briefje met de minimale geboortedatum die iemand moet hebben om alcohol te kunnen kopen ($n=3$); hierbij was er in alle gevallen sprake van een correcte naleving. Het gebruik van een hulpmiddel of systeem draagt dus bij aan een betere naleving.

5.1.3 Variabelen die naleving beïnvloeden

Tijdens het onderzoek werden de geschatte leeftijd van de verkoper, het geslacht van de verkoper, het geslacht van de minderjarige jongere en de drukte in het verkooppunt genoteerd. Uit de analyses

blijkt een significante correlatie tussen het geslacht van de minderjarige jongere en het al dan niet verkopen van alcohol. Als de jongere een meisje was, was er sprake van een minder goede naleving dan als het een jongen was.

5.1.4 Vergelijking van de nalevingspercentages van vijf typen verkooppunten in Fryslân met die van het landelijke nalevingsonderzoek

In 2016 is een landelijk onderzoek² naar de naleving van de leeftijdsgrens uitgevoerd bij onder meer sportkantines, supermarkten, slijterijen, cafetaria's en horeca. De vergelijking kan worden toegepast op deze vijf typen verkooppunten. Als het gaat om naleving scoort Fryslân in horeca, sportkantines en cafetaria's hoger in vergelijking met het landelijke nalevingsonderzoek (zie Tabel 8). De supermarkten in Fryslân hebben net als in het landelijke nalevingsonderzoek een nalevingspercentage van 63%. De slijterijen hebben in vergelijking met het landelijke nalevingsonderzoek een lager nalevingspercentage (54% vs. 62%).

5.2 Aanbevelingen

Naar aanleiding van de uitkomsten van het huidige onderzoek heeft STAP een aantal aanbevelingen geformuleerd voor de betrokken instanties.

- 1. Gemeenten wordt aanbevolen om alcoholverstrekkers nadrukkelijk te adviseren te allen tijde bij de verkoop van alcohol aan jongeren direct te vragen naar het ID-bewijs om de exacte leeftijd vast te kunnen stellen. Jongeren jonger dan 25 jaar wordt aanbevolen om bij de aankoop van alcohol het ID-bewijs reeds bij de hand te hebben. Jongeren kunnen worden betrokken bij de vraag hoe dit in de praktijk kan worden nagestreefd.**

Het nalevingspercentage is in Fryslân 48%. Dat wil zeggen dat één op de twee jongeren onder de 18 jaar nog steeds alcohol kan krijgen. Dit ondanks dat specifieke typen verkooppunten inmiddels redelijk goed presteren. De verkrijgbaarheid zal pas structureel afnemen als over de gehele linie, dus bij alle verkooppunten, sprake is van zo optimaal mogelijke naleving. Voorbeeld: als supermarkt A in een gemeente goed naleeft en supermarkt B niet, is de verkrijgbaarheid van alcohol voor jongeren in deze gemeenten praktisch nog gelijk aan de verkrijgbaarheid bij supermarkt B. Wat het gedrag van de verstrekker betreft geldt dat het expliciet vaststellen van de leeftijd van de jonge koper op basis van zijn of haar ID in geval van de minste twijfel (wat de wet voorschrijft) verreweg de beste methode is om correcte naleving te bereiken. Het uitsluitend vragen naar de leeftijd of het vagelijk inschatten van de leeftijd leidt bijna altijd tot een niet correcte naleving.

- 2. Het verdient aanbeveling dat verstrekkers van alcohol in Fryslân een zo eenduidig mogelijk beleid ontwikkelen met betrekking tot het gebruik van hulpmiddelen ten behoeve van het uitlezen van de leeftijd. De gemeenten worden geadviseerd de verstrekkers hiertoe te motiveren en waar mogelijk te faciliteren.**

Om het 'uitlezen' van de ID te vergemakkelijken kan de verkoper er voor kiezen gebruik te maken van hulpmiddelen. Uit onderzoek van het Trimbos-instituut⁴ is gebleken dat de zogenaamde Ageviewer het meest effectieve hulpmiddel was. Dit middel wordt echter thans niet meer toegepast in Nederland. Uit het onderhavige onderzoek komt het beschikken over een datumbriefje als beste uit de bus.

- 3. Gemeenten wordt aanbevolen een (gemeenschappelijk) evenementenbeleid te ontwikkelen en vast te stellen met betrekking tot de voorwaarden die worden gesteld aan organisatoren van evenementen waar alcohol wordt verstrekt.**

De naleving van de leeftijdsgrens bij evenementen in Fryslân is zeer laag zoals uit dit onderzoek blijkt. Aangeraden wordt daarom om een (gemeenschappelijk) evenementenbeleid op te stellen. De 'Handreiking Alcoholbeleid voor Evenementorganisatoren'⁶ van het Platform Nuchtere Fries kan hieraan bijdragen.

- 4. Het verdient aanbeveling hoge prioriteit te geven aan handhaving van de Drank- en Horecawet.**

Gemeenten zijn verantwoordelijk voor de handhaving van de Drank- en Horecawet en dienen daarom prioriteit te geven aan effectieve inzet van handhaving, vooral om betere naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar te bevorderen.

De samenhang tussen het verbeteren van de naleving door verstrekkers enerzijds en het adequaat uitvoeren van handhaving door gemeentelijke toezichthouders anderzijds, gelden als twee communicerende vaten. Simpel gesteld: betere handhaving leidt tot betere naleving, minder adequate handhaving leidt tot slechtere naleving.

Elementen van een goed handhavingsbeleid zijn: voldoende menskracht, goed opgeleide en deskundige toezichthouders, goede interne aansturing van de toezichthouders, samenwerking tussen toezichthouders op regionaal niveau, landelijke en regionale uitwisseling van ervaringen tussen toezichthouders, afstemming met de politie, goede en actuele kennis van de hotspots en het voeren van een eerlijk en consequent bonus-malus beleid tegenover verstrekkers (verstrekkers met een goede naleving belonen met minder/ander toezicht en extra toezien op verstrekkers met een slechte naleving)⁵. Belangrijk hierbij is dat alle betrokken partijen (handhavers, verstrekkers, maar ook jongeren en ouders) weten waarom het verbeteren van de naleving van de leeftijdsgrens en daarmee het verminderen van de beschikbaarheid van alcohol voor jongeren zo belangrijk is.

5. Gemeenten wordt geadviseerd het lokale schenktijdenbeleid aan te scherpen

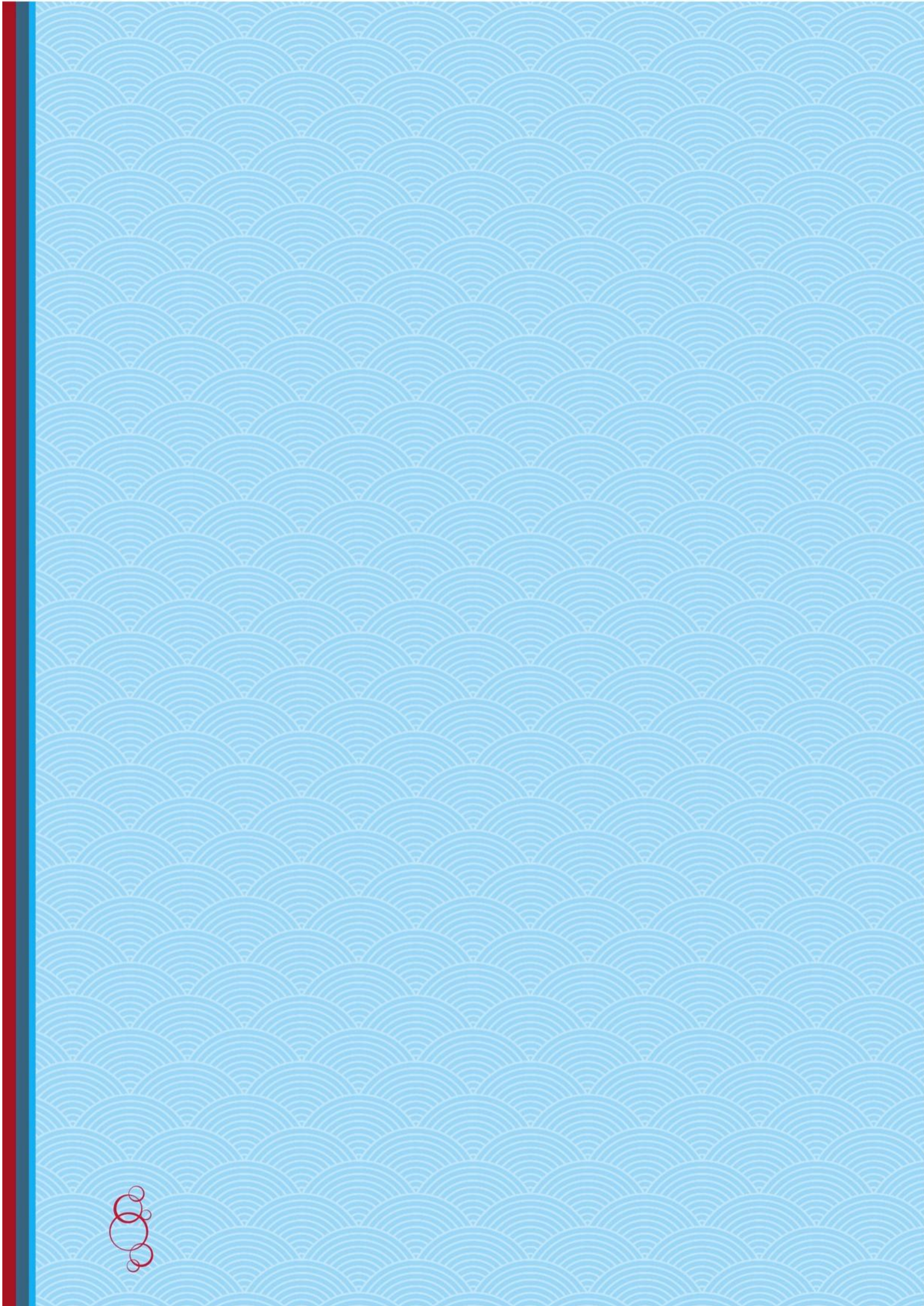
Het verdient aanbeveling dat gemeenten in hun gemeentelijke paracommerciële verordening vastleggen dat er in sportkantines geen alcohol wordt geschonken op tijden dat er activiteiten of wedstrijden plaatsvinden waar jongeren onder de 18 jaar aan deelnemen. Uit diverse mysteryshop-onderzoeken⁷ in Nederland, waaronder het onderhavige, is gebleken dat in sportverenigingen waar een schenktijdenbeleid van kracht is op het moment van de alcohol-aankoopoging, de naleving zeer hoog is.

6. Gemeenten wordt geadviseerd bij de handhaving te experimenteren met het inzetten van testkopers.

In diverse gemeenten in Nederland (waaronder Eindhoven en Utrecht) wordt bij de handhaving met succes geëxperimenteerd met het inzetten van 18-jarige testkopers die onder begeleiding van toezichthouders aankoopogingen verrichten. Deskundigen gaan ervan uit dat er in deze situaties geen sprake is van uitlokking omdat de verstrekker niet tot een andere handeling wordt gebracht dan die waarop zijn opzet reeds gericht was. Op kleine schaal wordt er bovendien in Nederland (in navolging van Engeland) geëxperimenteerd met het inzetten van 17-jarige testkopers waarbij niet alleen kan worden vastgesteld of de leeftijd correct wordt vastgesteld maar ook formeel kan worden vastgesteld of er al of niet aan een minderjarige alcohol wordt verstrekt. De gemeente kan vanzelfsprekend zelf beslissen of en zo ja, welke sancties ze verbinden aan deze vorm van handhaving. Deze vorm van handhaving is tot dusver effectief gebleken in termen van tijdsinvestering en verbeteren van de naleving.

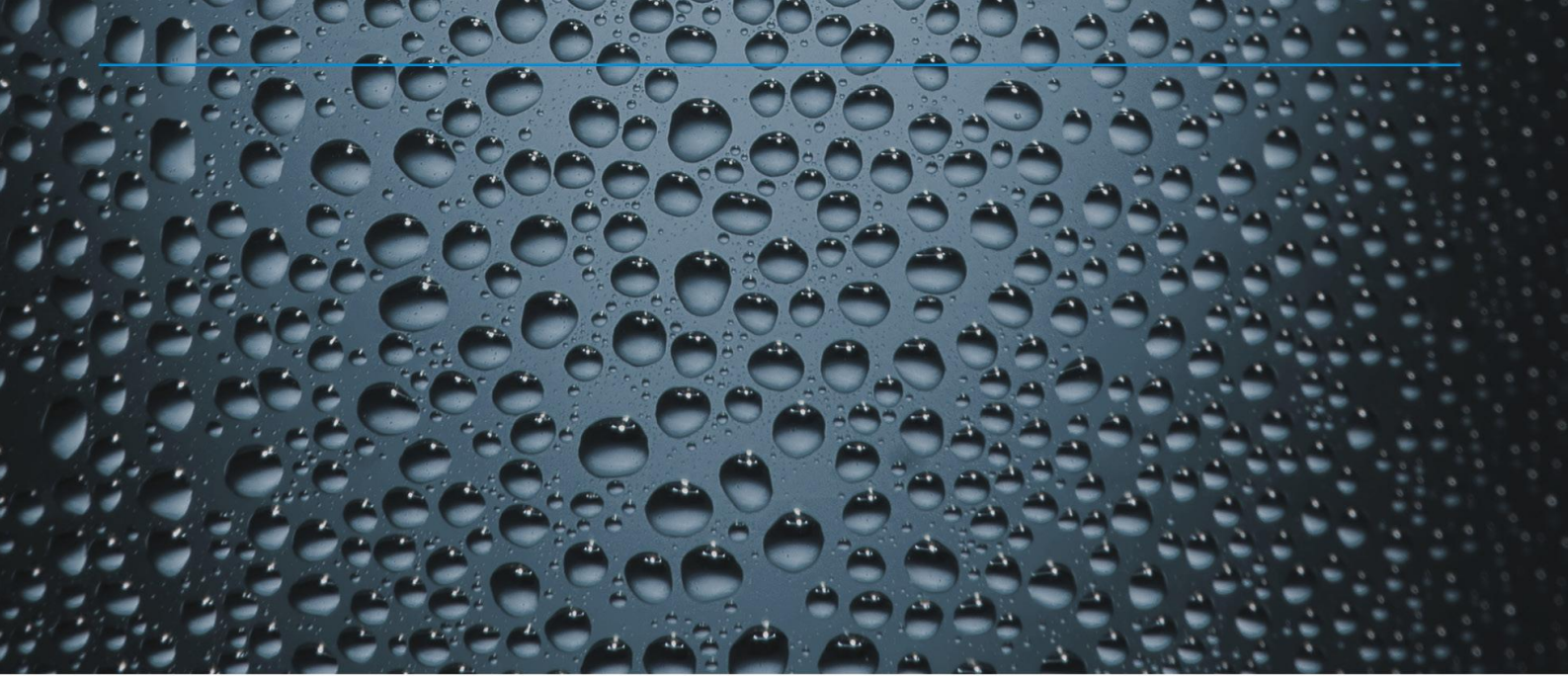
7. Het verdient aanbeveling de nalevingscijfers tweejaarlijks te blijven onderzoeken om na te gaan of beleidsmaatregelen m.b.t. preventie en handhaving effect hebben gehad.

Het periodiek onderzoeken van de nalevingscijfers kan worden gebruikt voor evaluatie van het alcoholbeleid. De actuele nalevingscijfers uit dit rapport bieden een belangrijke meetbare indicatie van de mate van verkrijgbaarheid van alcohol voor jongeren onder de 18 jaar. Hoe beter de naleving des te minder gemakkelijk alcohol verkrijgbaar is en als gevolg waarvan minder alcohol wordt gedronken door jongeren.



Literatuurlijst

1. Gosselt JF, van Hoof JJ, de Jong MDT, Prinsen S. Mystery shopping and alcohol sales: do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers? *Journal of Adolescent Health*. 2007; 41(3): p. 302-308.
2. Roodbeen, R., & Schelleman-Offermans, K. (2016). Alcohol- & tabaksverkoop aan jongeren 2016. Landelijke naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar voor de Drank- en Horecawet en Tabakswet. Nuchter.
3. STAP (2015). Alcoholverstreking aan jongeren onder de 18 jaar: nalevingsonderzoek Fryslân 2015. Utrecht, Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP.
4. Buisman, R.S.M., Mulder, J. van Laar, M.W. (2014) Leeftijdsverificatie in het vizier; Een explorerend onderzoek naar leeftijdsverificatiehulpmiddelen en -systemen voor de verkoop van tabak. Trimbo-instituut.
5. Greeff, J. de, Mulder, J. (2013). Gemeentelijke organisatie van het alcoholtoezicht: Succes- en faalfactoren van een effectief lokaal nalevingsbeleid. STAP, Utrecht.
6. Platform Nuchtere Fries. (2015). Handreiking alcoholbeleid voor evenementenorganisatoren. Geraadpleegd van http://platform.nuchterefries.nl/friksbeheer/wp-content/uploads/2013/04/20150430_Handreiking-alcoholbeleid-PNF-voor-evenementorganisatoren.pdf
7. STAP. (2011). Supermarkt gaat over op leeftijdscontrolesysteem Ageviewers. <http://www.stap.nl/nl/nieuws/laatste-nieuws.html/3454/1154/supermarkt-gaat-over-op-leeftijdscontrolesysteem-ageviewers--#p3454x>



Meer informatie
→ www.stap.nl

Alcoholverstrekking aan jongeren onder de 18 jaar Nalevingsonderzoek Fryslân 2017