GEMEENTE HILVERSUM
POSTBUS 9900
1201 GM HILVERSUM

BEZOEKADRES:
RAADHUIS
DUDOKPARK 1
TELEFOONNUMMER: 14 035
WWW.HILVERSUM.NL

Aan de gemeenteraad
Cc College van B en W
Cc Pers

DATUM 23 december 2021
ZAAKNUMMER 1082523
BEHANDELD DOOR David Volmer
TELEFOON (035) 06-10619973
UW KENMERK
BIJLAGEN 1
BETREFT Naleving leeftijdsgrens regio Gooi- en Vechtstreek

Geachte raads- en commissieleden,

De naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverstrekking blijft aandacht vragen. De ambitie is immers 100% naleving van de leeftijdsgrens bij verstrekking van alcohol vanaf 2030[1]. Middels het recent vastgestelde Preventie- en Handhavingsplan alcohol en drugs 2021 t/m 2024 streven we dit ook na in de regio Gooi en Vechtstreek. Hierbij ontvangt u het onderzoeksrapport van het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens regio Gooi- en Vechtstreek.

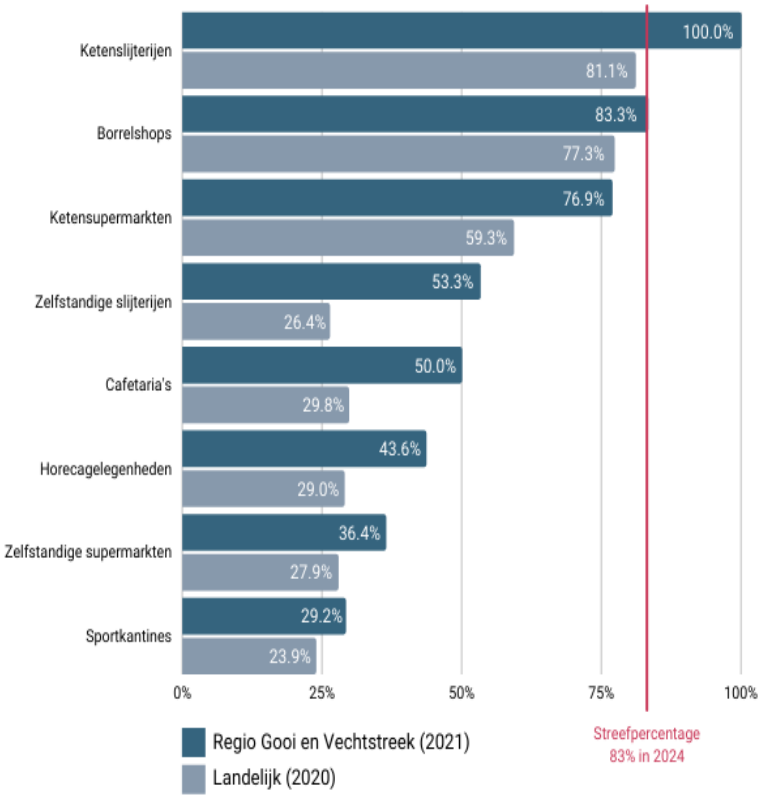
Waarom is dit onderzoek uitgevoerd?
Voor de verkoop van alcoholproducten geldt een leeftijdsgrens van 18 jaar. Het naleven van deze leeftijdsgrens houdt in dat een verkoper weigert om alcohol te verkopen aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. In opdracht van de gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Laren en Wijdemeren is onderzoek gedaan naar de naleving van de leeftijdsgrens in 2021 in de regio Gooi en Vechtstreek. Dit is afgesproken in het recent vastgestelde Preventie- en Handhavingsplan alcohol en drugs 2021 t/m 2024. Door dit periodieke onderzoek monitoren we onze beleidsdoelstellingen (83% nalevingspercentage in 2024) en geven we richting aan ons risicogestuurd toezicht.

Hoe is dit onderzoek uitgevoerd?
Aan de hand van mysteryshoponderzoek is de naleving van de leeftijdsgrens voor alcoholverkoop in 2021 in de regio Gooi en Vechtstreek vastgesteld. Dit resulteert in een gewogen totale nalevingscijfer en nalevingscijfers per verkoopkanaal. Ook is onderzocht in hoeverre verkopers interventies toepasten tijdens het leeftijdscontroleproces, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Daarnaast is onderzocht hoe de nalevingscijfers in de regio Gooi en Vechtstreek zich verhouden tot de landelijke nalevingscijfers.

[1] Nationaal Preventieakkoord, naar een gezonder Nederland, november 2018

Wat zijn de belangrijkste conclusies?
Uit het onderzoek blijkt dat in de regio Gooi en Vechtstreek:

1. bij cafetaria's, horecagelegenheden, ketenslijterijen, zelfstandige slijterijen en ketensupermarkten de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2021 significant hoger is dan de landelijke naleving van het verkoopkanaal in 2020.
2. bij borrelshops, sportkantines en zelfstandige supermarkten de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2021 niet significant verschillend is ten opzichte van de landelijke naleving in 2020.
3. bij ketensupermarkten, zelfstandige slijterijen, cafetaria's, horecagelegenheden, zelfstandige supermarkten en sportkantines ligt de naleving (ver) onder het streefpercentage van 83% naleving in 2024.



Hoe gaan we om met de aanbevelingen?
Het onderzoeksbureau geeft enkele aanbevelingen die aansluiten op ons lokaal gevoerde beleid. De aanbevelingen gaan over ondersteuning bij de naleving (preventie) en risicogericht toezicht (handhaving). De aanbevelingen worden overgenomen en verwerkt in de uitvoering voor 2022. "Dit onderzoek geeft meer inzicht op welke verkoopkanalen we ons moeten richten met preventie en handhaving. De gemeenten hebben aanvullend op dit rapport ook de beschikking over de ruwe data, zodat ook over de lokale situatie een indicatie bestaat van de naleving. Belangrijkste is dat we met deze resultaten op lokaal niveau in gesprek gaan met de verschillende verkoopkanalen." aldus Geert-Jan Hendriks, wethouder Gooise Meren en bestuurlijk trekker voor het Preventie en Handhavingsplan alcohol en drugs 2021 t/m 2024. Voor Hilversum betekent dit dat we nu preciezer weten waar de naleving minder is en zullen we gericht in overleg treden. Ook houden we vooral toezicht op de alcoholverstrekkers waar de naleving minder is. Verder zetten we ons in Hilversum onverminderd in door uitvoering te geven aan de pilots leeftijdscontrole bij de horeca en sportclubs. Binnen deze pilots wordt ook gebruik gemaakt van mysteryshoppers en wordt gezamenlijk geconcludeerd welke acties we kunnen oppakken om de naleving te verbeteren.

Waarom is er geen vergelijking met eerdere jaren?
Eerdere jaren voerden we het nalevingsonderzoek specifiek uit op hotspots. Daardoor ontbrak het brede beeld over de verkoopkanalen. Met een ambitie van 100% op de naleving van de leeftijdsgrens is dit brede beeld wel nodig. We hebben er daarom dit jaar gekozen om de uitvoering te richten op een representatief beeld van alle verkoopkanalen. Door middel van het inzicht dat wordt verkregen door de inzet van testkopers en het jeugdkaartonderzoek blijven we zicht houden op de hotspots in de regio Gooi en Vechtstreek. Met het nalevingsonderzoek wordt nu en in de toekomst ingezet op een betrouwbaar (90%) beeld per verkoopkanaal, zodat direct de conclusie kan worden getrokken of we op koers liggen voor de afspraak over naleving van de leeftijdsgrens zoals voortkomt uit het Nationaal Preventieakkoord.

Wat als u meer informatie wilt?
Heeft u vragen over het nalevingsonderzoek dan kunt u contact opnemen met David Volmer via telefoonnummer 06-10619973 of via een email naar d.volmer@hilversum.nl.

Hoogachtend,

Burgemeester en wethouders van Hilversum,

de gemeentesecretaris,	de burgemeester,
W. Groot, ls.	P.I. Broertjes

bureau objectief



NALEVINGSONDERZOEK LEEFTIJDSGRENS REGIO GOOI & VECHTSTREEK 2021



© Copyright

Opdrachtgever
Gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Laren en Wijdemeren

Onderzoeksteam
drs. Milou Geerlings
drs. Tim van den Berk
drs. Gijs van Amerongen

Vormgeving
Hoogstede Ontwerpt

Wij bedanken alle auditoren en mysterykids voor hun inzet tijdens het veldwerk.

INHOUD

Samenvatting 6

Doelstelling 6

Methode 6

Resultaten 7

Conclusie en aanbevelingen 9

Achtergrond 10

Aanleiding 10

Onderzoeksvragen 10

Methode 13

Mysteryshoponderzoek 13

Selectie mysterykids en auditoren 14

Procedure aankooppogingen 15

Begeleiding mysterykids en ouders/verzorgers 17

Gemeten variabelen 18

Steekproef 19

Aankooppogingen bij onbemande kassa's 22

Analyse 22

Resultaten 25

Resultaten 25

Conclusie 44

Naleving leeftijdsgrens 2021 44

Interventies in het leeftijdscontroleproces 45

Conclusie 45

Aanbevelingen 46

Bepalen inzet risicogestuurd toezicht 47

Ondersteuning bij het verbeteren van de naleving 50

Referenties 55

Appendix A: Begrippenlijst 57

Appendix B: Betrouwbaarheidsintervallen & significantietoetsen 60

SAMENVATTING

DOELSTELLING

In dit onderzoek is een representatief nalevingscijfer per verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek anno 2021 vastgesteld voor de leeftijdsgrens van 18 jaar bij de verkoop van alcohol[1]. Dit houdt in dat de resultaten een betrouwbare afspiegeling zijn voor de gehele populatie. Ook is in kaart gebracht in hoeverre verkopers interventies inzetten bij de leeftijdscontrole, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Interventies zijn de handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftijdscontrole: leeftijd vragen, ID vragen en een hulpmiddel gebruiken. Ten slotte is onderzocht in hoeverre de nalevingscijfers voor de verkoop van alcohol in de regio Gooi en Vechtstreek verschillen van de landelijke nalevingscijfers per verkoopkanaal[1].

METHODE

Om de naleving van de leeftijdsgrens vast te stellen is mysteryshoponderzoek uitgevoerd, waarbij 16- en 17-jarige jongeren een aankooppoging in scène zetten. Voor elk verkoopkanaal is een representatieve steekproef van het aanbod in de regio bezocht. De nalevingscijfers uit dit onderzoek zijn daarom niet vergelijkbaar met eerdere onderzoeken in de regio naar de naleving van hotspots.

Het onderzoek is tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. Het vaste protocol voor mysteryshoponderzoek is gehanteerd bij de aankooppogingen in lijn met de landelijke methode voor nalevingsonderzoeken[1]. Bij de uitvoering van het onderzoek zijn continu de regels en richtlijnen van de overheid en het RIVM gevolgd. In het hoofdstukken 'Methode' wordt hier verder op ingegaan.

RESULTATEN

Gewogen totale nalevingscijfer

Het gewogen totale nalevingscijfer geeft de gemiddelde naleving aan in de regio Gooi en Vechtstreek. Het gewogen totale nalevingscijfers is tot stand gekomen met behulp van weegfactoren. Per verkoopkanaal zijn de weegfactoren gebaseerd op het relatieve aandeel verkooppunten binnen het totale aantal verkooppunten in de regio Gooi en Vechtstreek.

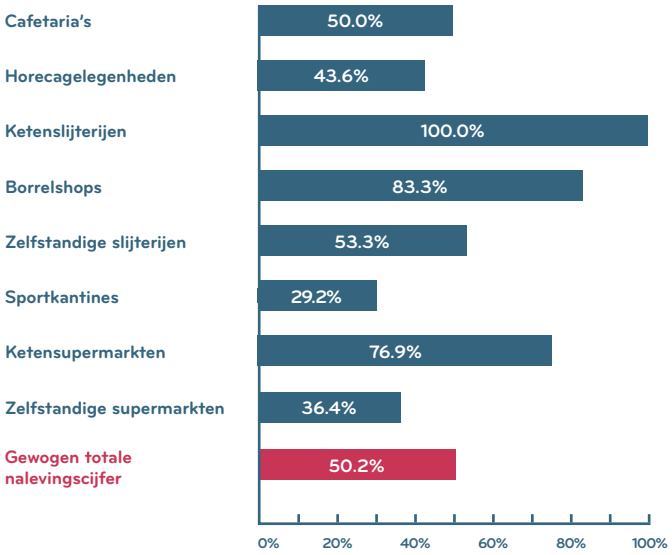
Naleving alcoholverkoop

In het mysteryshoponderzoek in 2021 is het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol 50.2%. De naleving bij alcoholverkoop loopt anno 2021 uiteen van 29.2% bij sportkantines tot en met 100% bij ketenslijterijen. Bij cafetaria's is de naleving 50.0%. Bij horecagelegenheden is er een naleving van 43.6% geconstateerd. Bij borrelshops en zelfstandige slijterijen is de naleving respectievelijk 83.3% en 53.3%. Ketensupermarkten hadden in 76.9% van de aankooppogingen nageleefd en zelfstandige supermarkten 36.4%.

1 Zie appendix A voor een uitleg van de begrippen in de context van dit nalevingsonderzoek.

De nalevingscijfers per verkoopkanaal zijn weergegeven in figuur 1.

*Figuur 1. Nalevingscijfers alcohol per verkoopkanaal 2021**



**Aankooppogingen bij ketensupermarkten zijn gedeeltelijk bij onbemande kassa's uitgevoerd.*

Toegepaste interventies bij leeftijdscontrole

Het vragen naar ID en het gebruiken van een hulpmiddel blijken belangrijke voorspellers voor naleving. Het gebruiken van een hulpmiddel bij de controle van het legitimatiebewijs leidde in dit onderzoek in alle gevallen tot naleving. Geen hulpmiddel gebruiken na het vragen naar ID leidde tot wisselende resultaten in de naleving.

Vergelijking met landelijke nalevingscijfers

Bij cafetaria's, horecagelegenheden, ketenslijterijen, zelfstandige slijterijen en ketensupermarkten is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2021 significant hoger dan de landelijke naleving van het verkoopkanaal in 2020. Bij borrelshops, sportkantines en zelfstandige supermarkten is de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2021 niet significant verschillend ten opzichte van de landelijke naleving in 2020.

CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

In dit onderzoek is door middel van representatieve steekproeven de naleving per verkoopkanaal in kaart gebracht. Bij de meeste verkoopkanalen is de naleving hoger dan het landelijke gemiddelde. De uitkomsten van het onderzoek geven aanknopingspunten voor de verbetering van de naleving.

Er worden aanbevelingen gedaan om de naleving te verhogen door middel van het bepalen van risicogestuurde inzet van toezicht en het aanbieden van ondersteuning aan verkopers.

ACHTERGROND

AANLEIDING

Alcoholgebruik brengt veel risico's met zich mee, zeker voor minderjarigen. Voorbeelden zijn verminderde zelfbeheersing[2] en een grotere kans op risicovol gedrag[3], ongevallen[4], geweld[5], en vroegtijdige sterfte[6]. Daarnaast kan overmatig alcoholgebruik zowel direct als later in het leven leiden tot gezondheidsproblemen. Voorbeelden daarvan zijn hersenschade en een hogere kans op verslaving[7,8].

Alcoholhoudende dranken mogen niet worden verstrekt aan personen onder de 18 jaar. In de Alcoholwet is verplicht gesteld dat verkopers de leeftijd van klanten, die alcohol willen aankopen, vaststellen aan de hand van een geldig legitimatiebewijs, indien deze persoon niet onmiskenbaar 18 jaar lijkt[9]. Met deze wet verplicht de overheid verkopers om op een verantwoorde manier alcohol te verkopen. De gemeenten houden toezicht op de naleving van de leeftijdsgrens voor alcohol.

Om de voortgang van deze naleving in de regio Gooi en Vechtstreek te monitoren laten de gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Laren en Wijdemeren periodiek nalevingsonderzoek uitvoeren. In het huidige onderzoek wordt door middel van representatieve steekproeven de naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar onderzocht bij verkooppunten van verschillende verkoopkanalen voor de aankoop van alcohol. Zo wordt duidelijk hoe hoog de naleving is in elk verkoopkanaal.

ONDERZOEKSVRAGEN

Het doel van dit onderzoek is om op een betrouwbare en representatieve manier de naleving bij alcoholverkoop vast te stellen per verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek in 2021. Daarnaast is ook onderzocht in hoeverre verkopers interventies toepassen tijdens het leeftijdscontroleproces, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Interventies zijn de handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftijdscontrole: leeftijd vragen, ID vragen en een hulpmiddel[II] gebruiken. Tenslotte is onderzocht hoe de nalevingscijfers in de regio Gooi en Vechtstreek zich verhouden tot de landelijke nalevingscijfers. In Tabel 1 staan de onderzoeksvragen van dit onderzoek beschreven.

Tabel 1. Onderzoeksvragen nalevingsonderzoek

In hoeveel procent van de aankooppogingen kunnen jongeren van 16 en 17 jaar oud géén alcoholhoudende dranken kopen bij de verkoopkanalen cafetaria's, horecagelegenheden, ketenslijterijen, borrelshops, zelfstandige slijterijen, sportkantines, ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten in de regio Gooi en Vechtstreek?
In hoeveel procent van de aankooppogingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen naar leeftijd gevraagd?
In hoeveel procent van de aankooppogingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen naar een geldig legitimatiebewijs gevraagd?
In hoeveel procent van de aankooppogingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen een hulpmiddel gebruikt bij de beoordeling van het legitimatiebewijs?
In welke mate resulteren de interventies (vragen naar leeftijd en/of ID en hulpmiddelgebruik) in een correcte naleving?
Hoe verhouden de nalevingspercentages per verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek zich ten opzichte van het landelijke nalevingsonderzoek uit 2020?

II *Verkopers kunnen een hulpmiddel gebruiken bij het controleren van de leeftijd op een legitimatiebewijs. Voorbeelden hiervan zijn: het intoetsen van de leeftijd in een kassasysteem, een ID-scanner die de leeftijd op de legitimatie uitleest of een kalender die voor elke datum de uiterste geboortedatum aangeeft.*

Het onderzoek is gedeeltelijk tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. Het vaste protocol voor mysteryshoponderzoek is gehanteerd bij de aankooppogingen. Bij de uitvoering van het onderzoek zijn continu de regels en richtlijnen van de overheid en het RIVM gevolgd. In het hoofdstuk 'Methode' wordt dit verder toegelicht.

METHODE

In dit hoofdstuk komt eerst de procedure van het uitgevoerde mysteryshoponderzoek aan bod. Vervolgens wordt er ingegaan op de wijze van steekproeftrekking. Tot slot wordt er uitleg gegeven over de analyse van de mysteryshopdata.

MYSTERYSHOPONDERZOEK

Het doel van het huidige onderzoek is om de naleving van de leeftijdsgrens door alcoholverkooppunten in de regio Gooi en Vechtstreek in kaart te brengen. Het naleven van de leeftijdsgrens houdt in dat de verkoper weigert om alcohol te verkopen aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. Het nalevingsonderzoek resulteert in een nalevingscijfer: het percentage van het aantal aankooppogingen waarbij een verkoopkanaal de leeftijdsgrens bij de verkoop van alcoholproducten heeft nageleefd.

Om het nalevingscijfer van verschillende verkoopkanalen te meten, is in dit onderzoek gebruik gemaakt van zogenaamd mysteryshoponderzoek. Hierbij proberen 16- en 17-jarige jongeren ('mysterykids') alcohol te kopen onder toezicht van een ervaren begeleider ('auditor'). Het gaat om een aankooppoging van één leeftijdsgebonden product. In dit onderzoek is dat bier, wijn, mixdrank of sterke drank. Het gehanteerde onderzoeksprotocol respecteert de uitgangspunten van de Alcoholwet. Het gaat hier namelijk om een geënsceneerde aankoop: de mysterykids hebben géén intentie tot het gebruik van de gekochte alcoholproducten, maar doen de aankoop in het kader van onderzoek. Ook wordt er rekening gehouden met ethische en juridische normen.

De mysteryshopmethode heeft zich bewezen als een valide en be-

trouwbare methode. De methodiek geeft namelijk een natuurgetrouwe weergave van de daadwerkelijke beschikbaarheid van alcohol voor minderjarigen met een koopintentie en geeft een realistisch beeld van de naleving van een verkoopkanaal[10].

Bij eerdere nalevingsonderzoeken in de regio Gooi en Vechtstreek is de naleving in kaart gebracht bij hotspots. In het huidige onderzoek is de naleving per verkoopkanaal onderzocht met een representatieve steekproef van het aanbod in de regio. De nalevingscijfers uit dit onderzoek zijn daarom niet vergelijkbaar met de eerdere onderzoeken in de regio naar de naleving van hotspots.

Het onderzoek is tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. Het vaste protocol voor mysteryshoponderzoek is gehanteerd bij de aankooppogingen. Bij de uitvoering van het onderzoek zijn continu de regels en richtlijnen van de overheid en het RIVM gevolgd en is er een intern protocol gehanteerd om besmettingen te voorkomen. Dat geldt ook voor het coronatoegangsbewijs dat vanaf 25 september verplicht werd voor toegang tot de binnenruimtes van horeca of het verblijven in een sportkantine. De mysterykids en auditoren werden geïnstrueerd om altijd een geldig coronatoegangsbewijs te laten zien wanneer de sport- of horecalocatie hierom vroeg.

In dit nalevingsonderzoek is de ene helft van de aankooppogingen gedaan door een jongen en de andere helft door een meisje. Aan de bezochte locaties is niet teruggekoppeld dat er een mysteryshoponderzoek had plaatsgevonden. Het mysteryshoponderzoek is uitgevoerd in september en oktober 2021.

SELECTIE MYSTERYKIDS EN AUDITOREN

Voor dit onderzoek zijn mysterykids en auditoren geselecteerd die ervaring hebben met het uitvoeren van nalevingsonderzoek. Zij maken allen deel uit van een landelijk dekkend netwerk dat continue wordt onderhouden, zodat er altijd gekwalificeerde medewerkers ter beschikking staan. De auditoren zijn geselecteerd op basis van hun achtergrond en deskundigheid. Zij beschikken allen over een Verklaring Omtrent Gedrag (VOG) en een APK-gekeurde auto met de benodigde verzekeringen. De auditoren zijn voor het onderzoek uitgebreid geïnformeerd over het onderzoeksprotocol en hun takenpakket. De auditoren staan vóór, tijdens en na de uitvoering van het nalevingsonderzoek in contact met elkaar en met het onderzoeksteam.

PROCEDURE AANKOOPPOGINGEN

Voorbereiding

Op een veldwerkdag wordt de mysterykid door de auditor opgehaald. Tijdens mysteryshoponderzoek zijn géén uiterlijke kenmerken toegestaan (pet, zonnebril, etc.) die een eerlijke inschatting van de leeftijd van de mysterykids in de weg kunnen staan. Voor vertrek wordt dit door de auditors gecontroleerd. Ook controleert de auditor voor vertrek of de mysterykid een geldig legitimatiebewijs en een pinpas bij zich heeft. Tot slot krijgt de mysterykid de laatste instructies.

Uitvoering

Voor de betrouwbaarheid van het onderzoek is het van belang dat aankooppogingen worden uitgevoerd op momenten waarop 16- en 17-jarigen dit in werkelijkheid ook zouden doen. Daarom worden sportkantines veelal in het weekend bezocht en vinden de aankooppogingen vlak voor, tijdens of na reguliere wedstrijden van jeugdteams plaats. Horecagelegenheden worden zoveel mogelijk rondom het weekend bezocht. Ook bezoeken mysterykids enkel locaties op minstens 20 kilometer afstand van hun eigen woonplaats, om eventuele herkenning door verkopers te voorkomen. Afgezien daarvan zijn de mysterykids werkzaam binnen hun eigen regio, om het mogelijke accent van de mysterykids te laten aansluiten bij de desbetreffende regio.

Een locatie wordt over het algemeen door één mysterykid bezocht, waarbij één aankooppoging uitgevoerd wordt. Een uitzondering hierop zijn horecagelegenheden, omdat mysterykids zich hier onveilig kunnen voelen. Bij horecagelegenheden gaan mysterykids daarom in een tweetal (jongen en meisje) naar binnen. De mysterykid van het tweetal die géén aankooppoging hoeft te plegen, zorgt ervoor dat hij/zij buiten zicht is (bijvoorbeeld door gebruik te maken van het toilet) ten tijde van de aankooppoging. In dit geval vindt de communicatie tussen de mysterykids plaats via WhatsApp, zodat zij elkaar op de hoogte kunnen brengen wanneer de aankooppoging voltooid is. Wanneer een mysterykid aangeeft zich ook in een tweetal niet veilig te voelen, wordt de desbetreffende locatie op dat moment overgeslagen. De auditor bepaalt vervolgens samen met een coördinator of de locatie veilig genoeg is om op een later moment door (een) andere mysterykid(s) bezocht te worden. In het geval van een veilige locatie wordt de locatie op de onderzoekslijst voor een volgende route geplaatst. In het geval van een niet-veilige locatie wordt de locatie vervangen door een reserve locatie.

Wanneer een mysterykid naar zijn/haar leeftijd wordt gevraagd tijdens een aankooppoging, mag deze één keer jokken ('ik ben 18 jaar'). De mysterykid is wel verplicht om zijn of haar legitimatiebewijs te laten zien aan de verkoper wanneer deze hierom vraagt. Ook dient de mysterykid de locatie zonder discussie te verlaten als de aankoop geweigerd wordt.

Afronding

Om alle elementen van het aankoopproces vast te kunnen leggen, worden de geslaagde aankopen natuurgetrouw afgerond. De mysterykid rekent af via pinbetaling. Indien het gekochte product bedoeld is voor 'elders dan ter plaatse' (bijvoorbeeld bij een supermarkt), neemt de mysterykid het product mee naar de uitgang. Direct bij het verlaten van de locatie neemt de auditor vervolgens het product over. Voor het kopen van alcohol bij horecagelegenheden en sportkantines geldt echter dat de alcohol ter plaatse geconsumeerd dient te worden. In dat geval wordt de eventueel gekochte alcohol door de mysterykid onaangeroerd achtergelaten op de bar. Op deze manier blijft de alcohol onder de verantwoordelijkheid van het barpersoneel. Bovendien blijft de auditor in de buurt zodat deze, indien nodig, het onaangeroerde biertje of wijntje in bezit kan nemen en onopvallend kan verwijderen.

Aan het eind van iedere veldwerkdag worden de aankopen ingezameld en collectief vernietigd. Zodra alle locaties voor de desbetreffende veldwerkdag bezocht zijn, brengt de auditor de mysterykid(s) naar huis.

BEGELEIDING MYSTERYKIDS EN OUDERS/VERZORGERS

Mysterykids worden getraind in het doen van mysteryshoponderzoek voordat zij ingezet worden voor aankooppogingen ten behoeve van nalevingsonderzoeken. Zo krijgen zij van te voren digitale instructies in de vorm van beeld en tekst. Hierin wordt de procedure beschreven en wordt de rol van de mysterykid uitvoerig behandeld. Daarnaast voeren zij een aantal proefaankopen uit. Dit zijn aankopen die niet meetellen voor het onderzoek maar puur worden gebruikt voor trainingsdoeleinden. De auditor observeert de mysterykid tijdens deze proefaankopen nauwkeurig, zodat hij feedback kan geven waar nodig.

Naast de training en instructies die elke mysterykid voorafgaand ontvangt, wordt hij/zij gedurende elke veldwerkdag door een auditor geïnstrueerd en begeleid. Zo krijgt de mysterykid begeleiding bij het correct uitvoeren van de aankooppoging en het registreren van de benodigde informatie na iedere aankooppoging. De auditoren zijn tijdens een veldwerkdag verantwoordelijk voor het welzijn en de vei-

ligheid van de mysterykids en gaan hierbij uit van de Arbowet en de Arbeidstijdenwet. Wanneer een mysterykid aangeeft een locatie niet te willen bezoeken of de veldwerkdag te willen afbreken, dan luistert de auditor hiernaar. De resterende locaties worden vervolgens opnieuw ingepland om op een later tijdstip te bezoeken. Naast de begeleiding die de mysterykids ontvangen tijdens een veldwerkdag, worden de mysterykids ook voorzien van de benodigde nazorg. De mysterykids kunnen te allen tijde contact opnemen met de contactpersoon voor de mysterykids en auditoren uit het onderzoeksteam of met de vertrouwenspersoon.

Ouders/verzorgers van de mysterykids krijgen informatie over de inhoud van nalevingsonderzoek en de achterliggende gedachte hiervan. De ouders/verzorgers geven vervolgens schriftelijk toestemming voor deelname van de jongere aan het onderzoek.

GEMETEN VARIABELEN

In dit onderzoek worden verschillende variabelen gemeten om de naleving in kaart te brengen. Allereerst wordt onderzocht of er bij een aankoop van alcohol door de verkoper naar leeftijd en/of legitimatiebewijs wordt gevraagd en of er een hulpmiddel wordt gebruikt bij het beoordelen van het legitimatiebewijs. Daarom wordt bij iedere aankooppoging het volgende vastgesteld:

- Heeft de verkoper de mysterykid naar zijn/haar leeftijd gevraagd?
- Heeft de verkoper de mysterykid naar een geldig legitimatiebewijs gevraagd?
- Heeft de verkoper (waarneembaar) gebruik gemaakt van een hulpmiddel om de leeftijd van de mysterykid te controleren?

Daarnaast wordt onderzocht of de verkoper alcohol verkoopt aan de mysterykid:

- Heeft de verkoper de verkoop geweigerd?

Bij ketensupermarkten is er sprake van extra meting op de naleving, namelijk:

- Hoe hoog is de naleving bij onbemande kassa's.

STEEKPROEF

Om uitspraken te kunnen doen over de nalevingscijfers van de verschillende verkoopkanalen, is het van belang een representatieve steekproef te trekken. Om de grootte van deze steekproef te bepalen, zijn er drie parameters nodig: populatiegrootte, betrouwbaarheidsniveau en spreiding. Deze parameters leiden tot een minimum aantal locaties dat per verkoopkanaal bezocht moet worden om gefundeerde uitspraken over de naleving te kunnen doen. De drie parameters worden hieronder besproken. Vervolgens wordt beschreven hoe de representativiteit in dit onderzoek is gewaarborgd.

Populatiegrootte

De eerste parameter om de benodigde steekproefgrootte te kunnen bepalen, is de populatiegrootte, ofwel het totale aanbod van alcoholverkooppunten in de regio Gooi en Vechtstreek. De populatiegrootte van de verschillende verkoopkanalen is vastgesteld op basis van locatielijsten van de regiogemeenten en eigen databestanden.

Betrouwbaarheidsniveau

De tweede parameter is het betrouwbaarheidsniveau van de resultaten. In dit onderzoek is voor ieder verkoopkanaal een minimaal betrouwbaarheidsniveau van 90% gehanteerd. Dit betekent dat met 90% zekerheid gezegd kan worden dat het nalevingscijfer dat gevonden wordt in de steekproef overeenkomt met de naleving van de

gehele populatie. Dit betrouwbaarheidsniveau valt binnen de wetenschappelijke onderzoeksrichtlijnen.

Spreiding

De derde parameter om de juiste steekproefgrootte te kunnen bepalen, is de spreiding. Hiermee wordt de geschatte verdeling van de variabelen in de populatie bedoeld. In dit geval gaat het om de variabele 'naleving'. Bijvoorbeeld, als een naleving van 80% wordt verwacht, hoort daar een verwachte spreiding van 80% bij. Door deze verwachte spreiding mee te nemen in de berekening, zal de benodigde steekproefgrootte afnemen. Wanneer er geen onderbouwde verwachting bestaat over de verdeling van de variabele 'naleving', is het de wetenschappelijke standaard om uit te gaan van een spreiding van 50%. Dit leidt tot de maximale steekproefgrootte. In dit onderzoek is er gebruik gemaakt van een spreidingsmaat van 50%, gelijk aan het landelijk nalevingsonderzoek[1].

Locaties opschonen

Het totale aanbod in de regio Gooi en Vechtstreek, verdeeld over de verschillende verkoopkanalen, is verkregen uit recente locatielijsten van de regiogemeenten en eigen databestanden. Echter kan het voorkomen dat bepaalde locaties niet meer bestaan (bijvoorbeeld horecagelegenheden) of niet meer het juiste verkoopkanaal representeren (bijvoorbeeld een restaurant in plaats van een cafetaria). Daarom zijn de locatielijsten via vooronderzoek op internet gecontroleerd op zaken als een mogelijk faillissement of een verandering van verkoopkanaal. Wanneer een locatie niet geschikt was voor het onderzoek, is deze verwijderd uit de populatie. Zo is voor elk verkoopkanaal een populatiegrootte verkregen.

Beschikbaarheidsonderzoek

Op basis van eerdere nalevingsonderzoeken is bekend dat veel cafetaria's geen alcohol verkopen. Dat kan voor veel uitval van locaties zorgen. Daarom is er bij het opschonen van de locatielijsten een beschikbaarheidsonderzoek uitgevoerd onder de cafetaria's uit de locatielijst. Bij deze locaties is telefonisch gecontroleerd of zij alcohol verkochten aan de hand van een belscript. Wanneer een locatie het product niet verkocht, is deze locatie verwijderd uit de populatie.

Steekproef bijstellen

Het opschonen van de locatielijsten en het uitvoeren van beschikbaarheidsonderzoek leidt vaak tot een afname van de populatiegrootte. Op basis van de gecorrigeerde populatiegrootte is de benodigde steekproefgrootte per verkoopkanaal berekend. In Tabel 2 is weergegeven hoeveel aankooppogingen er per verkoopkanaal zijn uitgevoerd.

Tabel 2. Aantal uitgevoerde aankooppogingen per verkoopkanaal

Cafetaria's	38
Horecagelegenheden	78
Ketenslijterijen	21
Borrelshops	6
Zelfstandige slijterijen	15
Sportkantines	72
Ketensupermarkten	52
Zelfstandige supermarkten	11
Totaal	**293**

AANKOOPPOGINGEN BIJ ONBEMANDE KASSA'S

In verschillende ketensupermarkten is niet alleen meer sprake van bemande kassa's, maar zijn er ook onbemande kassa's aanwezig. Om te onderzoeken of er een verschil bestaat in de naleving tussen beide typen kassa's, zijn van de 52 aankooppogingen in ketensupermarkten 31 uitgevoerd bij bemande kassa's en 21 bij onbemande kassa's.

ANALYSE

Allereerst is per verkoopkanaal het nalevingscijfer van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in 2021 berekend. Hierbij is ook berekend hoe vaak verkopers naar leeftijd hebben gevraagd, hoe vaak zij om een legitimatiebewijs hebben gevraagd en of er hulpmiddelen zijn gebruikt bij het controleren van het legitimatiebewijs. Daarnaast is bekeken in welke mate de interventies leidden tot naleving. Ook is er een totaal regionaal nalevingscijfer berekend. Tenslotte is voor elk verkoopkanaal een vergelijking gemaakt met het landelijke nalevingscijfer uit 2020[1]. Voor de berekeningen is gebruik gemaakt van puntprevalenties, betrouwbaarheidsintervallen en weegfactoren. Deze worden hieronder toegelicht. Vervolgens wordt ook uitgelegd hoe de verschillen in naleving berekend zijn.

Puntprevalenties en betrouwbaarheidsintervallen

De nalevingscijfers zijn berekend door de frequentie van naleving te delen door het totale aantal aankooppogingen. Per verkoopkanaal zijn de frequenties en percentages (puntprevalenties) gerapporteerd. Daarnaast zijn voor alle nalevingspercentages betrouwbaarheidsintervallen (BI)[III] berekend met behulp van de Wilson Score. Het 95%-BI van een gemeten percentage geeft aan dat als deze meting 100 maal wordt herhaald, de gemeten waarde 95 maal binnen dit interval zal liggen. Bijvoorbeeld, wanneer de puntschatting 20.2% bedraagt met een 95% BI van 16.1% tot 25.1%, dan zal het nalevingscijfer bij 95 van 100 herhaalde metingen tussen de 16.1% en 25.1% vallen. De breedte van het BI geeft de precisie van de schatting weer; hoe smaller het BI, hoe preciezer de schatting van het werkelijke nalevingscijfer is.

Gewogen totale nalevingscijfer

Om tot een regionaal nalevingscijfer te komen, dient er rekening gehouden te worden met het relatieve aandeel verkooppunten van elk verkoopkanaal binnen het totale aantal verkooppunten in de regio Gooi en Vechtstreek (populatiegrootte). Dit is mogelijk door gebruik te maken van weegfactoren. Voor elk verkoopkanaal is er een weegfactor bepaald door de proportie van het verkoopkanaal in het totale aantal verkooppunten te delen door de proportie van het verkoopkanaal in de steekproef. Vervolgens is bij ieder verkoopkanaal de corresponderende weegfactor op het nalevingscijfer toegepast. Dit resulteerde in een gewogen totaal nalevingscijfer voor alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek.

Verschillen tussen nalevingscijfers

Naast het berekenen van de actuele nalevingscijfers, is ook berekend in hoeverre de naleving per verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek verschilt van de landelijke naleving per verkoopkanaal in 2020[1].

Significante verschillen

Om te bepalen of een verschil tussen nalevingscijfers berust op toeval of op een werkelijk verschil, kan gekeken worden naar de mate van overlap tussen de betrouwbaarheidsintervallen (BI's). Er mag van een significant verschil gesproken worden als de BI's elkaar niet overlappen. Bijvoorbeeld, wanneer het BI van nalevingscijfer A tussen de 53.6% en de 64.7% ligt en dat van nalevingscijfer B tussen

III Het betrouwbaarheidsinterval is iets anders dan het eerder genoemde betrouwbaarheidsniveau. Het betrouwbaarheidsniveau geeft aan in hoeverre het zeker is dat het gemiddelde van de populatie in dit betrouwbaarheidsinterval zit.

65.9% en 76.9%, is er geen overlap tussen de betrouwbaarheidsintervallen. Er is hier een significant verschil tussen de nalevingscijfers.

Als de twee BI's wel overlappen, is er meer informatie nodig om een conclusie te trekken. In dat geval wordt het 95%-BI van het verschil tussen nalevingscijfer A en nalevingscijfer B berekend. Als dit 95%-BI de waarde 0% bevat, kan geconcludeerd worden dat de twee nalevingscijfers niet significant verschillen. Bevat het BI niet de waarde 0%, dan verschillen de nalevingscijfers wel significant van elkaar. Ook voor het 95%-BI van een verschil geldt: hoe kleiner het interval, hoe preciezer de schatting van het werkelijke verschil in naleving. Daarnaast geldt dat het interval steeds kleiner wordt bij een groter aantal aankooppogingen.

RESULTATEN

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek beschreven. De nalevingscijfers worden per verkoopkanaal gerapporteerd. Hierbij wordt ook aandacht besteed aan de resultaten per stap in het leeftijdscontroleproces en de vergelijking met de landelijke naleving. De resultaten zijn verwerkt in informatieve illustraties. In appendix B zijn de bijbehorende betrouwbaarheidsintervallen en significantietoetsen opgenomen.

Het onderzoek is tijdens de COVID-19-pandemie uitgevoerd. Het vaste protocol voor mysteryshoponderzoek is gehanteerd bij de aankooppogingen. Bij de uitvoering van het onderzoek zijn continu de regels en richtlijnen van de overheid en het RIVM gevolgd. In het hoofdstuk 'Methode' wordt dit verder toegelicht.

RESULTATEN

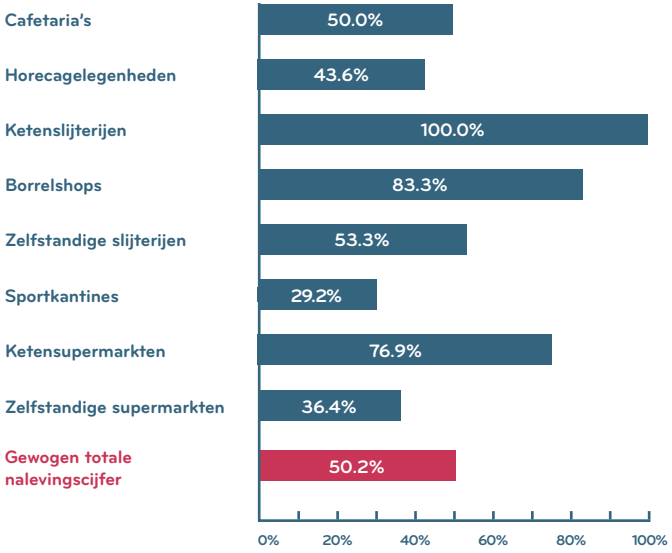
Naleving in 2021

Het gewogen totale nalevingscijfer voor alcoholverkoop bij alle verkoopkanalen in 2021 is 50.2%. Gemiddeld wordt de leeftijdsgrens bij de verkoop van alcohol dus in 50.2% van de gevallen nageleefd. Figuur 2 geeft het gewogen totale nalevingscijfer en de nalevingscijfers per verkoopkanaal weer.

Bij cafetaria's is er bij 19 van de 38 aankooppogingen nageleefd (50.0%). Bij de horecagelegenheden is er bij 34 van de 78 aankooppogingen nageleefd (43.6%). Bij alle 21 aankooppogingen bij ketenslijterijen is er nageleefd (100%). Bij borrelshops is er bij 5 van de 6 aankooppogingen nageleefd (83.3%). Bij zelfstandige slijterijen is er bij 8 van de 15 aankooppogingen nageleefd (53.3%). Bij sport-

kantines is er bij 21 van de 72 aankooppogingen nageleefd (29.2%). Bij ketensupermarkten is er bij 40 van de 52 aankooppogingen nageleefd (76.9%). Bij zelfstandige supermarkten is er bij 4 van de 11 aankooppogingen nageleefd (36.4%).

*Figuur 2. Gewogen totale nalevingscijfer en nalevingscijfer per verkoopkanaal regio Gooi en Vechtstreek 2021**



**Aankooppogingen bij ketensupermarkten zijn gedeeltelijk bij onbemande kassa's uitgevoerd.*

NALEVING LEEFTIJDSGRENS **CAFETARIA'S**

INTERVENTIES

Bij 15 van de 38 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (39.5%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

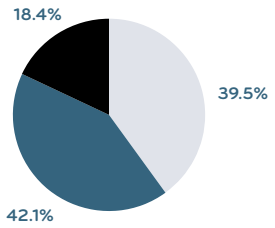
Bij 0 van de 38 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 16 van de 38 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (42.1%). Dit leidde in 13 gevallen tot naleving (81.3%).

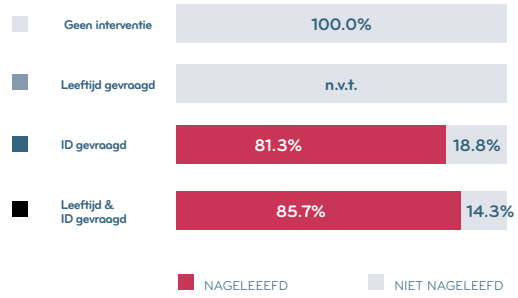
Bij 7 van de 38 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (18.4%). Dit leidde in 6 gevallen tot naleving (85.7%).

Interventies

n=38



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 23 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 2 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (8.7%).

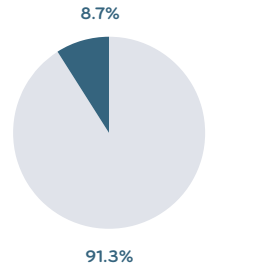
- 1 verkoper controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 1 verkoper gebruikte een rekenmachine.

In beide gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

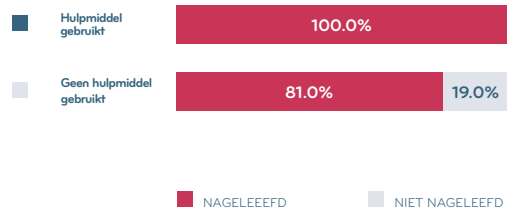
Van de 21 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (91.3%), is er 17 keer nageleefd (81.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=23



Naleving



NALEVING

Bij 19 van de 38 aankooppogingen is er nageleefd (50.0%).

De naleving in 2021 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (29.8%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2021 CAFETARIA'S

50.0%

[34.8, 65.2]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS
HORECAGELEGENHEDEN

INTERVENTIES

Bij 32 van de 78 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (41.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

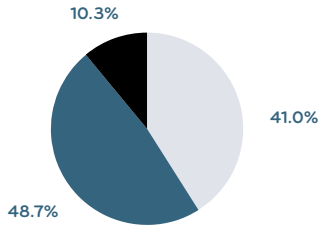
Bij 0 van de 78 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 38 van de 78 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (48.7%). Dit leidde in 26 gevallen tot naleving (68.4%).

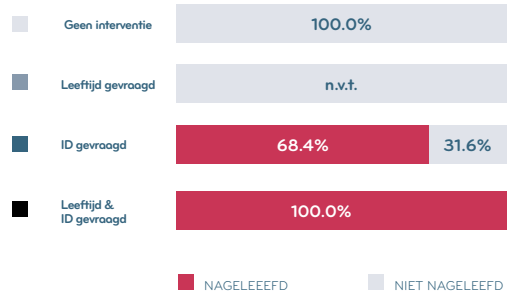
Bij 8 van de 78 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (10.3%). Dit leidde in 8 gevallen tot naleving (100%).

Interventies

n=78



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 46 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 1 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (2.2%).

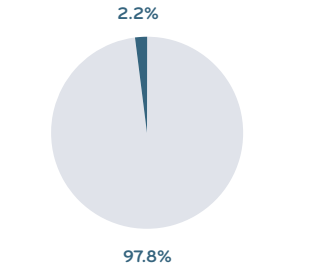
- 1 verkoper controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In dit geval leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100%).

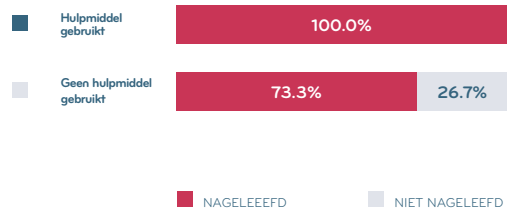
Van de 45 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (97.8%), is er 33 keer nageleefd (73.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=46



Naleving



NALEVING

Bij 34 van de 78 aankooppogingen is er nageleefd (43.6%).

De naleving in 2021 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (29.0%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2021
HORECAGELEGENHEDEN

43.6%

[33.1, 54.6]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS
KETENSLIJTERIJEN

INTERVENTIES

Bij 0 van de 21 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (0.0%).

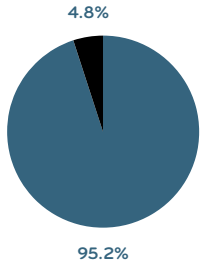
Bij 0 van de 21 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 20 van de 21 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (95.2%). Dit leidde in alle 20 gevallen tot naleving (100%).

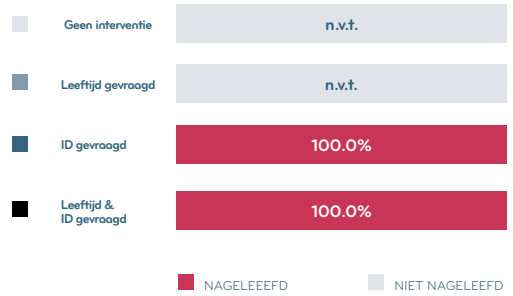
Bij 1 van de 21 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (4.8%). Dit leidde in dat geval tot naleving (100%).

Interventies

n=21



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 21 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 11 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (52.4%).

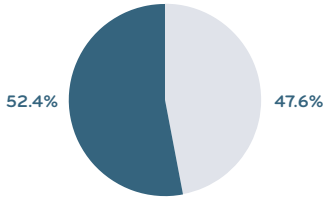
- 11 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 11 van de 11 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100%).

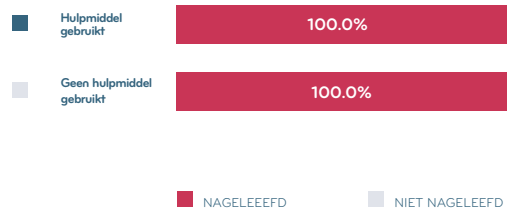
Van de 10 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (47.6%), is er 10 keer nageleefd (100%).

Hulpmiddelgebruik

n=21



Naleving



NALEVING

Bij 21 van de 21 aankooppogingen is er nageleefd (100%).

De naleving in 2021 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (81.1%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2021
KETENSLIJTERIJEN

100%

[84.5, 100]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS
BORRELSHOPS

INTERVENTIES

Bij 0 van de 6 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (0.0%).

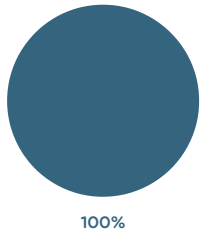
Bij 0 van de 6 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 6 van de 6 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (100%). Dit leidde in 5 gevallen tot naleving (83.3%).

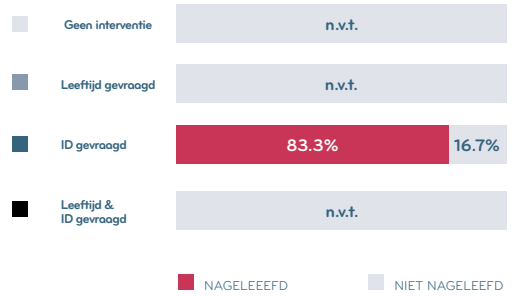
Bij 0 van de 6 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (0.0%).

Interventies

n=6



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 6 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 3 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (50.0%).

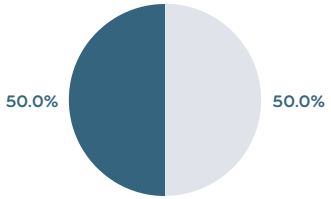
- 3 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 3 van de 3 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

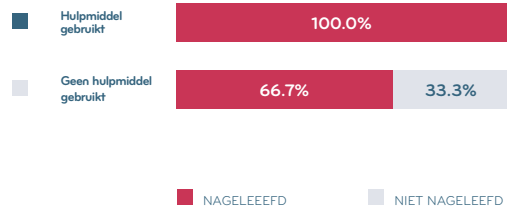
Van de 3 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (50.0%), is er 2 keer nageleefd (66.7%).

Hulpmiddelgebruik

n=6



Naleving



NALEVING

Bij 5 van de 6 aankooppogingen is er nageleefd (83.3%).

De naleving in 2021 is niet significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (77.3%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2021 BORRELSHOPS

83.3%

[43.6, 97.0]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS
ZELFSTANDIGE SLIJTERIJEN

INTERVENTIES

Bij 6 van de 15 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (40.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

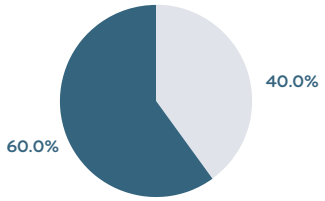
Bij 0 van de 15 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 9 van de 15 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (60.0%). Dit leidde in 8 gevallen tot naleving (88.9%).

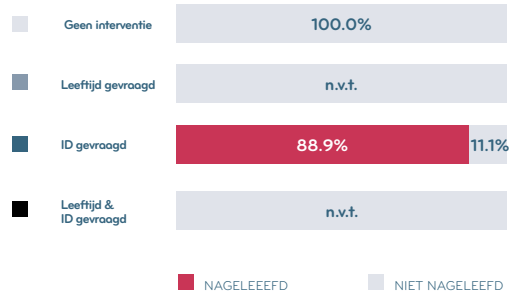
Bij 0 van de 15 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (0.0%).

Interventies

n=15



Naleving



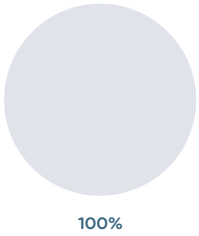
HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 9 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 0 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (0.0%).

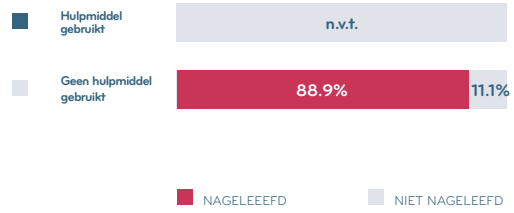
Van de 9 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (100%), is er 8 keer nageleefd (88.9%).

Hulpmiddelgebruik

n=9



Naleving



NALEVING

Bij 8 van de 15 aankooppogingen is er nageleefd (53.3%).

De naleving in 2021 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (26.4%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2021
ZELFSTANDIGE SLIJTERIJEN

53.3%

[30.1, 75.2]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS
SPORTKANTINES

INTERVENTIES

Bij 40 van de 72 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (55.6%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

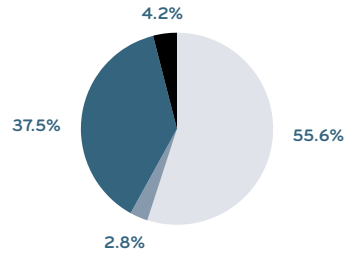
Bij 2 van de 72 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (2.8%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 27 van de 72 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (37.5%). Dit leidde in 20 gevallen tot naleving (74.1%).

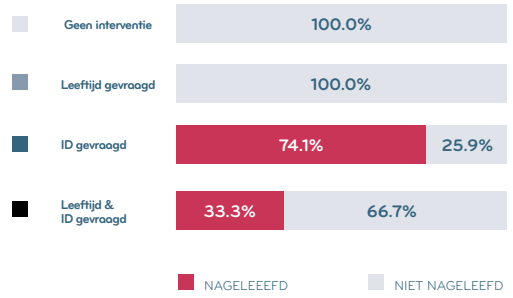
Bij 3 van de 72 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (4.2%). Dit leidde in 1 geval tot naleving (33.3%).

Interventies

n=72



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 30 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 1 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (3.3%).

- 1 verkoper controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in een hulpmiddel op de telefoon.

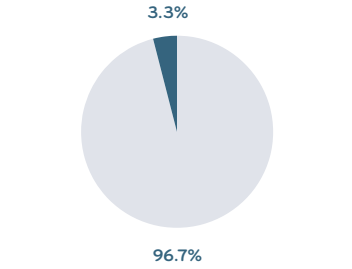
In dit geval leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100%).

Van de 29 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (96.7%), is er 20 keer nageleefd (69.0%).

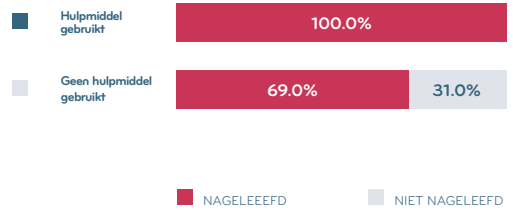
Bij 1 van de 72 aankooppogingen in sportkantines is de NIX18 draaischijf van de GGD Gooi en Vechtstreek gezien, maar deze is niet gebruikt.

Hulpmiddelgebruik

n=30



Naleving



NALEVING

Bij 21 van de 72 aankooppogingen is er nageleefd (29.2%).

De naleving in 2021 is niet significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (23.9%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2021 SPORTKANTINES

29.2%

[19.9, 40.5]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS
KETENSUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 7 van de 52 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (13.5%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

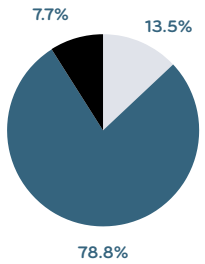
Bij 0 van de 52 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 41 van de 52 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (78.8%). Dit leidde in 36 gevallen tot naleving (87.8%).

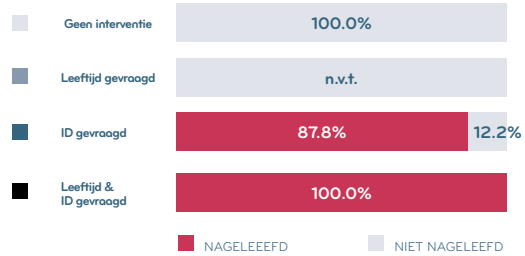
Bij 4 van de 52 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (7.7%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (100.0%).

Interventies

n=52



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 45 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 25 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (55.6%).

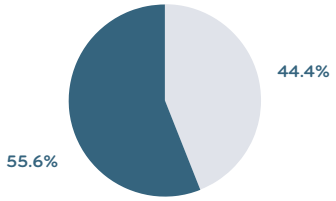
- 22 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 3 verkopers gebruikten een pop-up in het kassasysteem.

In 25 van de 25 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

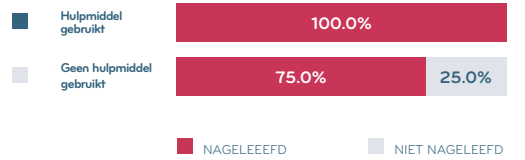
Van de 20 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (44.4%), is er 15 keer nageleefd (75.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=45



Naleving



BEMANDE KASSA'S / ONBEMANDE KASSA'S

Van de 52 aankooppogingen bij ketensupermarkten zijn 31 aankooppogingen (59.6%) uitgevoerd bij bemande kassa's en 21 aankooppogingen bij onbemande kassa's (40.4%).

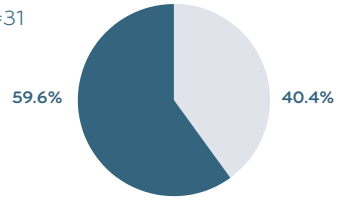
Van de 31 aankooppogingen bij bemande kassa's is er 24 keer nageleefd (77.4%).

Van de 21 aankooppogingen bij onbemande kassa's is er 16 keer nageleefd (76.2%).

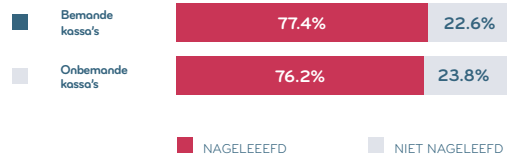
De naleving bij bemande kassa's verschilt niet significant van de naleving bij onbemande kassa's.

Bemande kassa's / Onbemande kassa's

n=31



Naleving



NALEVING

Bij 40 van de 52 aankooppogingen is er nageleefd (76.9%).

De naleving in 2021 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (59.3%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2020
KETENSUPERMARKTEN

76.9%

[63.9, 86.3]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS
ZELFSTANDIGE SUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 5 van de 11 aankooppogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (45.5%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

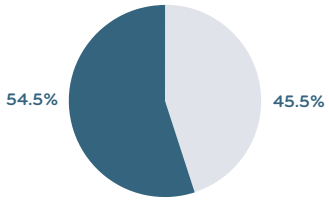
Bij 0 van de 11 aankooppogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 6 van de 11 aankooppogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (54.5%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (66.7%).

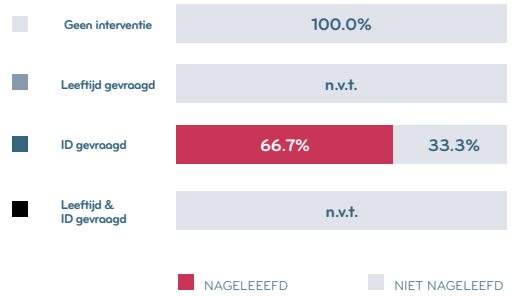
Bij 0 van de 11 aankooppogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (0.0%).

Interventies

n=11



Naleving



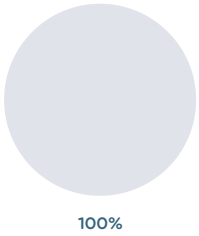
HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 6 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 0 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (0.0%).

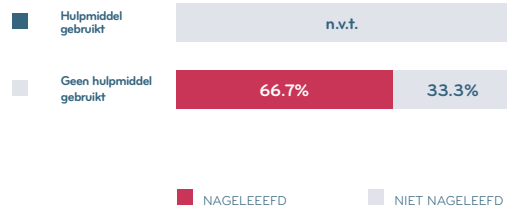
Van de 6 aankooppogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (100%), is er 4 keer nageleefd (66.7%).

Hulpmiddelgebruik

n=6



Naleving



NALEVING

Bij 4 van de 11 aankooppogingen is er nageleefd (36.4%).

De naleving in 2021 is niet significant hoger dan de landelijke naleving in 2020 (27.9%).

Er kan geen vergelijking worden gemaakt tussen de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en eerdere hotspotonderzoeken.

NALEVING ALCOHOL 2021
ZELFSTANDIGE SUPERMARKTEN

36.4%

[15.2, 64.6]

CONCLUSIE

Voor de verkoop van alcoholproducten geldt een leeftijdsgrens van 18 jaar. Het naleven van deze leeftijdsgrens houdt in dat een verkoper weigert om alcohol te verkopen aan een persoon van wie niet is vastgesteld dat deze de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. In opdracht van de gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Laren en Wijdemeren is onderzoek gedaan naar de naleving van de leeftijdsgrens in 2021 in de regio Gooi en Vechtstreek. Aan de hand van mysteryshoponderzoek is de naleving van de leeftijdsgrens voor alcoholverkoop in 2021 vastgesteld met een gewogen totale nalevingscijfer en nalevingscijfers per verkoopkanaal. Ook is onderzocht in hoeverre verkopers interventies toepasten tijdens het leeftijdscontroleproces, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Daarnaast is onderzocht hoe de nalevingscijfers in de regio Gooi en Vechtstreek zich verhouden tot de landelijke nalevingscijfers.

NALEVING LEEFTIJDSGRENS 2021

In het mysteryshoponderzoek in 2021 is het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol 50.2%. De naleving bij alcoholverkoop loopt anno 2021 uiteen van 29.2% bij sportkantines tot en met 100% bij ketenslijterijen.

Bij cafetaria's is de naleving 50.0%. Bij horecagelegenheden is er een naleving van 43.6% geconstateerd. Bij borrelshops en zelfstandige slijterijen is de naleving respectievelijk 83.3% en 53.3%. Ketensupermarkten hadden in 76.9% van de aankooppogingen nageleefd en zelfstandige supermarkten 36.4%.

INTERVENTIES IN HET LEEFTIJDSCONTROLEPROCES

In het hoofdstuk 'Resultaten' is per verkoopkanaal gerapporteerd in hoeveel procent van de aankooppogingen er interventies zijn toegepast door de verkoper (het vragen naar leeftijd en/of naar een geldig legitimatiebewijs en/of het gebruiken van een hulpmiddel), inclusief de samenhang hiervan met de naleving.

Het vragen naar ID en het gebruiken van een hulpmiddel blijken belangrijke voorspellers voor naleving. Het gebruiken van een hulpmiddel bij de controle van het legitimatiebewijs leidde in dit onderzoek in alle gevallen tot naleving. Geen hulpmiddel gebruiken na het vragen naar ID leidde tot wisselende resultaten in de naleving.

CONCLUSIE

In dit onderzoek is door middel van representatieve steekproeven de naleving per verkoopkanaal in kaart gebracht. Bij de meeste verkoopkanalen is de naleving hoger dan het landelijke gemiddelde. De uitkomsten van het onderzoek geven aanknopingspunten voor de verbetering van de naleving. In het volgende hoofdstuk worden hiervoor aanbevelingen gegeven.

AANBEVELINGEN

De gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Laren en Wijdemeren bouwen aan een gezonde toekomst voor haar inwoners. Hierbij is verantwoorde alcoholverkoop van uiterst belang. De leeftijdsgrens dient om minderjarigen te beschermen tegen de schadelijke gevolgen van alcohol. De gemeenten brengen in kaart waar mogelijk gezondheidsrisico's ontstaan door onderzoek te laten doen naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop. Aan de hand van deze onderzoeksresultaten kan een passend beleid worden gevoerd.

In dit hoofdstuk worden aanbevelingen toegelicht met als doel om de naleving van de leeftijdsgrens positief te beïnvloeden. De opgestelde aanbevelingen zijn aansluitend op:

- de nalevingscijfers voortkomend uit het huidige onderzoek;
- gedragswetenschappelijke expertise en ervaring in het veld;
- het Preventie- en Handhavingsplan Alcohol en Drugs 2021 t/m 2024;
- de pijlers uit het Nationaal Preventieakkoord.

Het eerste deel van de aanbevelingen richt zich op het bepalen van de inzet van risicogestuurd toezicht. Het tweede deel van de aanbevelingen hebben betrekking op het ondersteunen van verkopers bij de verbetering van de naleving.

BEPALEN INZET RISICOGESTUURD TOEZICHT

Het risicogestuurd inzetten van preventie- en handhavingsactiviteiten is een belangrijk onderdeel in het Preventie- en Handhavingsplan 2021 t/m 2024[11]. Dit houdt in dat de middelen daar worden ingezet waar jongeren heengaan én waar de kans het grootst is dat ze erin slagen om alcohol te kopen. In het plan wordt uitgelegd op welke manier de toezichtsfrequentie wordt bepaald. De aanbevelingen hieronder geven daarvoor enkele aandachtspunten.

Combinatie van nalevingscijfers met uitkomsten Jeugdkaartonderzoek

Door de nalevingscijfers uit het huidige onderzoek te combineren met de uitkomsten uit het Jeugdkaart onderzoek in de regio uit 2019 is het mogelijk om te bepalen waar toezicht het best ingezet kan worden[12]. Dit staat ook zo beschreven in het Preventie- en Handhavingsplan. Het is wel van belang om enkele kanttekeningen te plaatsen bij deze combinatie.

Allereerst heeft het huidige onderzoek niet plaatsgevonden bij de hotspots, maar bij representatieve steekproeven van alle verkoopkanalen. Er zullen dus ook locaties zijn bezocht die geen hotspot zijn. De naleving van de hotspots zou kunnen afwijken van de nalevingscijfers uit dit representatieve onderzoek en dus mogelijk tot andere conclusies kunnen leiden.

Daarnaast zullen de uitkomsten van het Jeugdkaart onderzoek uit 2019 niet meer volledig actueel zijn. Jongeren die nu de leeftijd van 16 en 17 jaar hebben, hebben vanwege de coronacrisis weinig mogelijkheden gehad om locaties te bezoeken, bijvoorbeeld door de sluiting van horeca en sportkantines.

Ondanks deze kanttekeningen helpen de inzichten uit het onderzoek bij het bepalen van de inzet van de toezichtscapaciteit. Het is

raadzaam om het Jeugdkaartonderzoek op termijn te herhalen om weer een actueel beeld te krijgen van de hotspots.

Risicogestuurde inzet van testkopermethode

De gemeente Hilversum heeft in 2019 en 2020 geëxperimenteerd met de inzet van testkopers. In het Preventie- en Handhavingsplan is opgenomen dat deze methode vanaf 2021 zal worden ingezet in alle verkoopkanalen, nadat vooraf duidelijk over de methode is gecommuniceerd.

Goed bestuurlijk draagvlak is bij het inzetten van de testkopermethode essentieel. Bij een waarschuwing of boete is het belangrijk dat bestuurders voet bij stuk houden, anders verdwijnt de effectiviteit van de methode. Verder is het bij de testkopermethode ook aan te raden om deze risicogericht in te zetten. Op de website van de handreiking Alcoholwet staan meer tips over de inzet van de testkopermethode. Klik **hier** om naar de website te gaan.

Inzichten uit pilots

Vanuit het Nationaal Preventieakkoord zijn er verschillende pilots gestart in het kader van nalevingsverbetering[13]. De uitkomsten van deze pilots geven aanknopingspunten om het beleid aan te scherpen.

CBL pilot

Bureau Objectief en het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) zijn begin 2020 gestart met een pilot voor de ontwikkeling van periodieke procescontroles. Het doel van de pilot is om het leeftijdscontrolebeleid van ketensupermarkten die goede nalevingsresultaten laten zien te vertalen naar een modelbeleid dat bij slechter presterende ketens kan worden geïmplementeerd. De beleidsvoering en de naleving worden vervolgens onderzocht. In het voorjaar van 2022 wordt er een verslag uitgebracht aan het Ministerie van VWS met een stappenplan voor gemeenten om in samenspraak met ketens te werken aan de naleving van de leeftijdsgrens.

Onderdeel van dit stappenplan is periodieke zelfcontrole, die veel ketenbedrijven zelf organiseren. In de CBL pilot is geëxperimenteerd met hoe de informatie die via de zelfcontroles wordt opgehaald gedeeld zou kunnen worden met toezichthouders en hoe daar afspraken over gemaakt kunnen worden. Een vereiste daarbij is dat de controles door een onafhankelijk bureau worden uitgevoerd. De ketens en de gemeente kunnen op basis van de zelfcontroles periodiek om tafel gaan om de cijfers te bespreken en met elkaar de afspraak maken om bij een bepaald nalevingsniveau terughoudender te zijn met het toezicht. Op die manier kan de toezichtscapaciteit efficiënt worden ingezet.

In het huidige onderzoek scoren de ketens hoger dan andere verkoopkanalen. De ketensupermarkten zitten al een stuk dichterbij de doelstelling van 100% naleving in 2030 en de ketenslijterijen in dit onderzoek laten al een naleving van 100% zien[13]. De beschreven werkwijze kan een goede manier zijn om het zicht op de naleving in deze verkoopkanalen niet kwijt te raken, in ruil voor terughoudendheid in het toezicht, wat de efficiëntie ten goede komt.

In de CBL pilot hebben ook zelfstandige supermarkten en cafetaria's deelgenomen. Op basis daarvan wordt er ook een modelbeleid ontwikkeld dat geschikt is voor zelfstandig ondernemers.

Pilots in horeca en sport Hilversum

In Hilversum zijn er in de horeca en bij sportkantines ook pilots gestart met periodieke controles en feedback. Wanneer deze pilots succesvol zijn, dan kan dit ook in andere regiogemeenten ingezet worden.

Ontwikkelingen bij onbemande kassa's
Steeds meer ketensupermarkten kiezen voor (uitbreiding van) onbemande kassa's. In het huidige onderzoek is er geen verschil in de naleving tussen onbemande en bemande kassa's. Door het hele land laten nalevingsonderzoeken echter wisselende resultaten zien. Vanwege de toename in het aantal onbemande kassa's is het raadzaam om deze ontwikkeling in de gaten te houden.

ONDERSTEUNING BIJ HET VERBETEREN VAN DE NALEVING

In het Preventie- en Handhavingsplan staan verschillende preventie acties uitgewerkt die kunnen bijdragen aan het verbeteren van de naleving. De volgende aanbevelingen geven hiervoor wat aandachtspunten.

Bespreek de nalevingscijfers met verkopers
Het is van belang om het draagvlak voor de wetgeving bij de lokale alcoholverkopers te onderhouden. Hierdoor zorg je er namelijk voor dat verkopers minder weerstand tegenover de wet ervaren. Dit geeft hen de mogelijkheid om mee te praten over waar verbeterpunten liggen, welke dingen er wel goed gaan en waarom dat wel of niet goed gaat. Het gesprek aangaan stimuleert een gevoel van betrokkenheid.

De cijfers uit het huidige nalevingsonderzoek vormen een goede aanleiding voor een gesprek. Gemeenten kunnen een (online) informatiebijeenkomst organiseren en daarin uitleggen waarom dit nalevingsonderzoek heeft plaatsgevonden, de cijfers van het huidige nalevingsonderzoek presenteren en vervolgstappen bespreken. Daarnaast kunnen de gemeenten voorstellen voor ondersteuning aan de alcoholverkopers voorleggen en kunnen zij op hun beurt ook aangeven waar ze behoefte aan hebben. Zulke gesprekken zijn nodig om begrip voor elkaar te krijgen.

Procesverlies
De huidige onderzoeksdata kan bij het gesprek gebruikt worden om verder in te zoomen op het proces. Waar in het leeftijdscontroleproces gaat het fout bij het verkoopkanaal in kwestie? Is dit bijvoorbeeld bij de ID vraag, bij het uitrekenen van de leeftijd van de klant of bij het durven weigeren van de alcohol aan de minderjarige? Door het procesverlies te bekijken, kun je zien waar het mis gaat. Als je weet waar het mis gaat, kan je specifieke interventies opzetten op de onderdelen waar het procesverlies optreedt. Bespreek dit bijvoorbeeld tijdens de informatiebijeenkomst met de verkoopkanalen. Vraag naar aspecten zoals waarom er niet altijd om ID wordt gevraagd of een hulpmiddel wordt gebruikt.

Ondersteunend materiaal voor de verkoper
Verkopers willen vaak bijdragen aan de naleving van de leeftijdsgrens, maar zijn in de praktijk soms onzeker en vinden het lastig. Het inschatten van leeftijden kan namelijk door verkopers moeilijk gevonden worden en het vragen naar ID kan voelen als een belediging. Ook kan het lastig zijn om uit te rekenen of een klant oud genoeg is, onder de (tijds)druk die ze ervaren als er een rij klanten staat te wachten.

Deze obstakels maken dat verkopers op het moment suprême soms automatisch uitwijken naar de makkelijkste weg: niet naleven. Dit is ook te zien als je naar de nalevingscijfers in dit onderzoek kijkt. Zo blijkt namelijk dat in een aantal gevallen een verkoper wél het juiste gedrag heeft vertoond door naar ID te vragen, maar vervolgens alsnog niet naleeft.

Bekend is dat hulpmiddelen verkopers kunnen helpen bij het naleven van de leeftijdsgrens[14]. Het is daarom waardevol om hulpmiddelen aan te bieden aan verkoopkanalen, om hen te ondersteunen in het leeftijdscontroleproces, zoals ook is opgenomen in het Preventie- en Handhavingsplan.

De GGD ondersteunt de sportkantines bijvoorbeeld onder andere met een leeftijdschecker van NIX18. In 2021 heeft de GGD een draaischijf van NIX18 uitgedeeld aan sportkantines. Deze draaischijf helpt barmedewerkers om de leeftijd te controleren. Tijdens het nalevingsonderzoek is slechts bij een kantine de draaischijf gezien. Het is aan te raden om met de sportkantines (en andere verkoopkanalen) het gesprek aan te gaan over wat zij nodig hebben aan hulpmiddelen, zodat de aangeboden hulpmiddelen daarop aansluiten.

Ook kan er gekeken worden op welke manier verkopers een bepaald hulpmiddel een tijd kunnen uitproberen. Zo heeft de gemeente Harderwijk bijvoorbeeld enkele elektronische hulpmiddelen aangeschaft die gerouleerd konden worden onder lokale verkooppunten. Via deze gemeentelijke ondersteuning konden verkopers op een laagdrempelige manier kennismaken met het hulpmiddel zodat zij vervolgens konden besluiten of het een zinvolle investering zou zijn om een eigen exemplaar aan te schaffen.

Materiaal voor de consument

Naast het aanbieden van ondersteunende hulpmiddelen kunnen de gemeenten inzetten op communicatie gericht naar de consument, zoals in de campagne *Hier fix je NIX* die in het Preventie- en Handhavingsplan wordt genoemd. Deze campagne heeft als doel om de norm geen alcohol onder de 18 te communiceren naar de consument.

De uitingen die ontwikkeld zijn tijdens de 'Spontaan ID tonen' campagne (afbeelding 1) kunnen ook gebruikt worden als communicatie naar de consument. Met de uitingen worden jongvolwassenen gestimuleerd om uit zichzelf hun ID te tonen bij de kassa of bar wanneer zij alcohol kopen. Het materiaal toont het voorbeeldgedrag, laat zien hoe lastig leeftijdscontrole vaak is, wekt sympathie voor de verkoper en geeft jongeren een gevoel van keuzevrijheid. Op deze manier

werken we samen naar een legitimatie norm. Dit maakt het voor de verkoper ook makkelijker om de leeftijdsgrens na te leven.

Afbeelding 1. Spontaan ID tonen



E-learning verantwoord alcohol verkopen

Tijdens de informatiebijeenkomst met de verkopers kunnen de gemeenten ook de e-learning over verantwoorde alcoholverkoop onder de aandacht brengen. Door het volgen van de e-learning leren verkopers de juiste kennis en vaardigheden om verantwoord alcohol te kunnen verstrekken. Hierdoor leren ze hoe te handelen wanneer er bijvoorbeeld een minderjarige alcohol probeert te kopen.

De e-learning is gericht op de horeca, slijterijen, studenten- en sportverenigingen, maar isook (grotendeels) bruikbaar en toegankelijk voor iedereen die alcohol verstrekt. Klik **hier** voor de e-learningmodules. In de e-learning komen zowel de thema's leeftijdsgrens en wederverstrekking als het tegengaan van doorschenken bij dronkenschap aan bod.

Belonen van goed presterende verkopers

Tot slot is het aan te raden om ook de goed presterende verkopers niet te vergeten. Het is belangrijk om minder presterende verkopers te blijven motiveren, maar het belonen van een goede naleving is misschien wel net zo belangrijk. Verkopers erkenning geven voor hun inzet, het investeren en het nemen van verantwoordelijkheid is belangrijk om hen het gevoel te geven dat hun inzet op waarde wordt geschat. Dit motiveert hen om zich in te blijven zetten voor het naleven van de leeftijdsgrens. Ook laat je de verkopers zo weten dat je hun prestaties in de gaten houdt, waardoor verkopers de controledruk blijven ervaren. Naming and Faming is een goede manier om dit te doen. Bij deze handhavingstechniek beloon je goed gedrag door de namen van organisaties die goed naleven publiekelijk bekend te maken.

REFERENTIES

1 Bureau Objectief (2020). Landelijk nalevingsonderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcohol- en tabaksverkoop in 2020. Nijmegen.

2 Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *The Journal of Consumer Research,* 28(4), 670-676.doi:10.1086/338209

3 Miller, J. W., Naimi, T. S., Brewer, R. D., & Jones, S. E. (2007). Binge drinking and associated health risk behaviors among high school students. *Pediatrics, 119*(1), 76-85. doi:10.1542/ peds.2006-1517

4 Cherpitel, C. J. (1993). Alcohol and injuries: a review of international emergency room studies. *Addiction, 88*(7), 923-937. doi:10.1111/j.1360-0443.1993.tb02110.x

5 Bushman, B. J., & Cooper, H. M. (1990). Effects of alcohol on human aggression: An integrative research review. *Psychological Bulletin, 107*(3), 341-354. doi:10.1037/0033-2909.107.3.341

6 Thun, M. J., Peto, R., Lopez, A. D., Monaco, J. H., Henley, S. J., Heath, C. W., & Doll, R. (1997). Alcohol consumption and mortality among middle-aged and elderly u.s. adults. *New England Journal of Medicine, 337*(24), 1705-1714. doi:10.1056/nejm199712113372401

7 Spear, L. P. (2011). Alcohol and the developing brain. In Young people and alcohol: Impact, policy, prevention, treatment. Chichester, United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.

8 Bava, S., & Tapert, S. F. (2010). Adolescent brain development and the risk for alcohol and other drug problems. *Neuropsychological Review, 20*(4), 398-413. doi:10.1007/s11065-010- 9146-6

9 Alcoholwet (2021). Artikel 20, lid 1. Geraadpleegd via: https://wetten.overheid.nl/BWBR0002458/2021-07-01#Paragraaf3

10 Van Hoof, J.J., Roodbeen, R.T., Krokké, J., Gosselt, J.F., & Schelleman-Offermans, K. (2015). Alcohol sales to underage buyers in the Netherlands in 2011 and 2013. *Journal of adolescent health, 56*(4), 468-470.

11 Regio Gooi en Vechtstreek (2020). Preventie- en Handhavingsplan alcohol en drugs 2021 t/m 2014 Regio Gooi en Vechtstreek.

12 Bureau Objectief (2019). Jeugdkaardonderzoek Gooi en Vechtstreek. Nijmegen.

13 Rijksoverheid (2018). Nationaal Preventieakkoord. Den Haag.

14 Roodbeen, R. T., Schelleman-Offermans, K., & Lemmens, P. H. (2016). Alcohol and tobacco sales to underage buyers in dutch supermarkets: can the use of age verification systems increase seller's compliance? Journal of Adolescent Health, 1-7. doi:10.1016/j.jadohealth.2016.03.005

APPENDIX A: BEGRIPPENLIJST

In onderstaande begrippenlijst staan de termen uitgelegd in context van dit nalevingsonderzoek.

Aselecte steekproef | Een steekproef waarbij iedere locatie uit de populatie dezelfde kans heeft om in de steekproef terecht te komen.

Auditor | Getrainde veldwerker die de mysterykids begeleidt tijdens de aankooppogingen van het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens (zie ook 'mysterykid').

Betrouwbaarheidsniveau | De mate waarin het gevonden nalevingscijfer onafhankelijk is van toeval. Bij een betrouwbaarheid van bijvoorbeeld 90%, kan je met 90% zekerheid zeggen dat het nalevingscijfer in de steekproef overeenkomt met de naleving van de gehele populatie.

Betrouwbaarheidsinterval | Het betrouwbaarheidsinterval geeft aan tussen welke waarden het werkelijke nalevingscijfer van de gehele populatie zal liggen. Een 95%-betrouwbaarheidsinterval geeft aan dat als een meting 100 keer herhaald wordt, de gemeten waarde 95 maal binnen dit interval zal liggen.

Cafetaria's | Eetgelegenheden die enkel alcoholische dranken mogen verkopen voor gebruik elders dan ter plaatse (niet-Alcoholwetvergunde locaties). Let wel; het overgrote deel van cafetaria's in Nederland verkoopt geen alcoholhoudende drank.

Borrelshops | Aan een supermarkt gekoppelde winkellocatie met een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf die onderdeel zijn van een ketenbedrijf. Verschil met de ketenslijterij is dat de borrelshops de locaties zijn die in combinatie met een ketensupermarkt opereren.

Gewogen totale nalevingscijfer | Een totaal gemiddelde van de nalevingscijfers waarbij rekening gehouden wordt met de 'gewichten' van de percentages; niet

elk nalevingscijfer telt even zwaar mee, omdat de populaties van de verkoopkanalen verschillen in grootte.

Horecagelegenheden | In dit onderzoek wordt met horecagelegenheden enkel de natte horeca bedoeld: gelegenheden die als hoofddoel de verkoop van drank hebben (al dan niet alcoholhoudend). Eten kan bij deze gelegenheden aanwezig zijn, maar is slechts ondersteunend (bittergarnituur, tosti's, etc.). Deze locaties beschikken over een Alcoholwetvergunning en schenken enkel alcohol voor gebruik ter plaatse. Tijdens mysteryshoponderzoek kunnen enkel horecagelegenheden bezocht worden die voor 23.00 geopend zijn, omdat minderjarige mysterykids volgens de wet niet na die tijd mogen werken. Voorbeelden: cafés, discotheken, kroegen.

Hulpmiddel | Verkopers kunnen een hulpmiddel gebruiken bij het controleren van de leeftijd op een legitimatiebewijs. Voorbeelden hiervan zijn: het intoetsen van de leeftijd in een kassasysteem, een ID-scanner die de leeftijd op de legitimatie uitleest of een kalender die voor elke datum de uiterste geboortedatum van de leeftijdsgrens aangeeft.

Interventies | De handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftijdscontrole: leeftijd vragen, ID vragen en een hulpmiddel gebruiken.

Ketenslijterijen | Winkellocaties met een eigen ingang met een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf die onderdeel zijn van een ketenbedrijf; Mitra, DIRKIII, Gall&Gall.

Ketensupermarkten | Supermarkten zoals Albert Heijn, Lidl, etc. Dit betreft enkel de supermarkten die ook daadwerkelijk alcoholische dranken verkopen.

Mysterykid | Een 16- of 17-jarige die een aankooppoging doet voor alcohol of tabak in het kader van het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens.

Nalevingscijfer | Het percentage van het aantal aankooppogingen waarbij de wettelijke leeftijdsgrens bij alcohol- of tabaksverkoop is nageleefd.

Populatie | Alle verkooppunten van alcohol of tabak waarover je een conclusie wilt trekken. In dit onderzoek vormt ieder verkoopkanaal een aparte populatie.

Populatiegrootte (N) | Het totaal aantal gelegenheden of locaties van een verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek, bijvoorbeeld het totaal aantal drankverstrekkende cafetaria's of het totaal aantal ketensupermarkten.

Representatief onderzoek | Onderzoek waarbij de resultaten een betrouwbare afspiegeling zijn voor de gehele populatie.

Significantie | Een significant verschil houdt in dat het onwaarschijnlijk is dat het gevonden verschil op toeval berust.

Sportkantines | Onder sportkantines worden enkel de kantines behorende bij een sportvereniging bedoeld. Overige paracommerciële instellingen (zoals buurthuizen) horen hier expliciet niet bij.

Steekproefgrootte (n) | Het aantal te onderzoeken locaties binnen een populatie.

Weegfactor | Een getal dat aangeeft hoe zwaar het nalevingspercentage van een verkoopkanaal meetelt ten opzichte van het nalevingspercentage van een ander verkoopkanaal.

Zelfstandige slijterijen | Zelfstandige winkels met een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf. Hier mag zowel zwakalcoholhoudende als sterk alcoholhoudende drank voor verkoop gebruik elders dan ter plaatse worden verkocht.

Zelfstandige supermarkten | Zelfstandige supermarkten betreffen supermarkten die geen onderdeel uitmaken van een ketenbedrijf en die ook daadwerkelijk zwak-alcoholhoudende dranken verkopen.

APPENDIX B: BETROUWBAARHEIDS-INTERVALLEN & SIGNIFICANTIETOETSEN

In onderstaande tabel wordt de naleving in 2021 per verkoopkanaal vergeleken met de landelijke naleving in 2020. Naast het nalevingspercentage wordt steeds het 95%-betrouwbaarheidsinterval. Om te toetsen of het om een significant verschil gaat, wordt het 95%-betrouwbaarheidsinterval berekend rondom het gemeten verschil in de nalevingscijfers. Als dit 95%-betrouwbaarheidsinterval de waarde 0% bevat, zijn de twee nalevingscijfers niet significant verschillend. Als dit niet het geval is, zijn de twee nalevingscijfers wel significant verschillend.

Tabel 3. Verschil in naleving Gooi en Vechtstreek 2021 en Landelijk 2020

	GOOI EN VECHTSTREEK 2021	LANDELIJK 2020	VERSCHIL	UITKOMST
Cafetaria's	50.0% (34.8% - 65.2%)	29.8% (24.8% - 35.4%)	20.2% (3.4% - 37.0%)	**Significant verschillend**
Horeca-gelegenheden	43.6% (33.1% - 54.6%)	29.0% (23.2% - 35.6%)	14.6% (1.9% - 27.3%)	**Significant verschillend**
Keten-slijterijen	100% (84.5% - 100%)	81.1% (75.1% - 86.0%)	18.9% (13.4% - 24.4%)	**Significant verschillend**
Borrelshops	83.3% (43.6% - 97.0%)	77.3% (71.3% - 82.3%)	6.0% (-24.3% - 36.4%)	Niet significant verschillend
Zelfstandige slijterijen	53.3% (30.1% - 75.2%)	26.4% (20.8% - 32.9%)	26.9% (1.0% - 52.9%)	**Significant verschillend**
Sportkantines	29.2% (19.9% - 40.5%)	23.9% (18.2% - 30.7%)	5.3% (-7.0% - 17.5%)	Niet significant verschillend
Keten-supermarkten	76.9% (63.9% - 86.3%)	59.3% (53.6% - 64.7%)	17.6% (4.9% - 30.4%)	**Significant verschillend**
Zelfstandige supermarkten	36.4% (15.2% - 64.6%)	27.9% (20.4% - 36.9%)	8.5% (-21.2% - 38.1%)	Niet significant verschillend

BUREAU OBJECTIEF
Toernooiveld 300
6525 EC Nijmegen
024 848 1111
info@bureauobjectief.nl
www.bureauobjectief.nl

© Bureau Objectief, Nijmegen, november 2021