



**NALEVINGSONDERZOEK
LEEFTIJDSGRENS
REGIO GOOI & VECHTSTREEK 2023**

© Copyright

Opdrachtgever

Gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Hilversum, Huizen,
Laren en Wijdmeren

Onderzoeksteam

drs. Milou Geerlings
drs. Thijs van den Berg
drs. Gijs van Amerongen
drs. Esmee Rutten
Isa Verstappen
Tim Wolters

Vormgeving

Hoogstede Ontwerpt

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

INHOUD

Samenvatting	4
Doelstelling	4
Methode	4
Resultaten	4
Conclusie en aanbevelingen	8
Achtergrond	9
Aanleiding	9
Onderzoeksvragen	9
Methode	12
Mystershonderzoek	12
Selectie mysterykids en auditoren	13
Procedure aankoopogingen	13
Begeleiding mysterykids en ouders/verzorgers	15
Gemeten variabelen	17
Steekproef	17
Sankoopogingen bij onbemenste kassa's	20
Analyse	20
Resultaten	23
Resultaten	23
Conclusie	44
Naleving leeftijdsgrens 2021	44
Interventies in het leeftijdscontroleproces	45
Conclusie	46
Aanbevelingen	47
Bepalen inzet risicogestuurd toezicht	48
Ondersteuning bij het verbeteren van de naleving	49
Referenties	56
Appendix a: begrippenlijst	58
Appendix b: betrouwbaarheidsintervallen & significantietoetsen	62

SAMENVATTING

DOELSTELLING

In dit onderzoek is de naleving per verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek anno 2023 vastgesteld voor de leeftijdsgrens van 18 jaar bij de verkoop van alcohol¹. 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 nalevingscijfers uit 2021 en de landelijke nalevingscijfers per verkoopkanaal^{1,2}.

METHODE

Om de naleving van de leeftijdsgrens vast te stellen is mysteryshoponderzoek uitgevoerd, waarbij 16- en 17-jarige jongeren een aankoop poging in scène zetten.

RESULTATEN

Gewogen totale nalevingscijfer

Het gewogen totale nalevingscijfer geeft de gemiddelde naleving aan in de regio Gooi en Vechtstreek. Het gewogen totale nalevingscijfer 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.

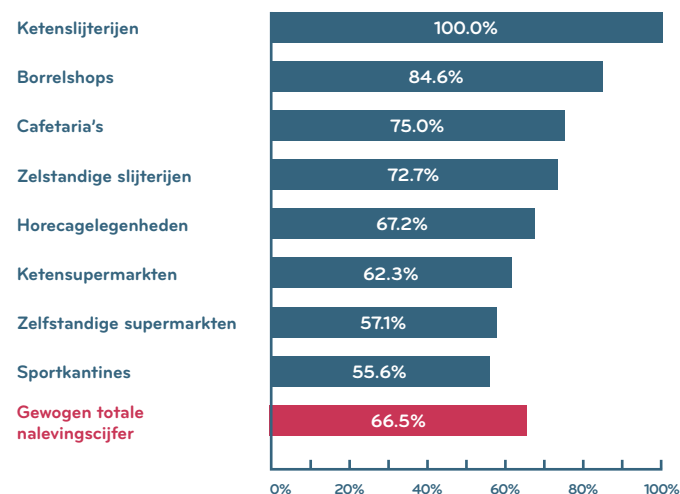
¹ Zie appendix A voor een uitleg van de begrippen in de context van dit nalevingsonderzoek.

Naleving alcoholverkoop

In het mysteryshoponderzoek in 2023 is het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol 66.5%. De naleving bij alcoholverkoop loopt anno 2023 uiteen van 55.6% bij sportkantines tot en met 100.0% bij Ketenslijterijen. Bij cafetaria's is de naleving 75.0%. Bij horecagelegenheden is er een naleving van 67.2% geconstateerd. Bij zelfstandige slijterijen is er in 72.7% van de aankoop pogingen nageleefd. Bij borrelshops was de naleving 84.6%. Ketensupermarkten hadden in 62.3% van de aankoop pogingen nageleefd en zelfstandige supermarkten 57.1%.

De nalevingscijfers per verkoopkanaal zijn weergegeven in figuur 1.

Figuur 1. Nalevingscijfers alcohol per verkoopkanaal 2023*



*Aankoop pogingen bij ketensupermarkten zijn gedeeltelijk bij onbemenste kassa's uitgevoerd.

Toegepaste interventies bij leeftijdscontrole

Het vragen naar ID blijkt een belangrijke voorspeller voor naleving. Bij 200 van de 258 aankoop pogingen is er naar ID gevraagd (77.5%). In 172 van de 200 gevallen is er nageleefd nadat er naar een ID is gevraagd (86.0%). Ook het gebruiken van een hulpmiddel kan impact hebben op het nalevingspercentage. Het gebruiken van een hulpmiddel bij de controle van het legitimatiebewijs leidde in dit onderzoek in 37 van de 40 gevallen tot naleving (92.5%). Geen hulpmiddel gebruiken na het vragen naar ID leidde in 135 van de 160 gevallen tot naleving (84.4%). Het gebruiken van een hulpmiddel leek dus vaker te leiden tot naleving dan het niet gebruiken van een hulpmiddel. Het is echter belangrijk te benadrukken dat het hier gaat om waarneembaar hulpmiddel-gebruik. Het is voor een mysteryshopper niet altijd even eenvoudig te zien of een hulpmiddel wel of niet wordt gebruikt. Daarom dienen deze resultaten voorzichtig te worden geïnterpreteerd.

Vergelijking met nalevingscijfers 2021

In het mysteryshoponderzoek in 2023 is het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol 66.5%. Deze was 50.2% in 2021. De stijging in de naleving is significant.

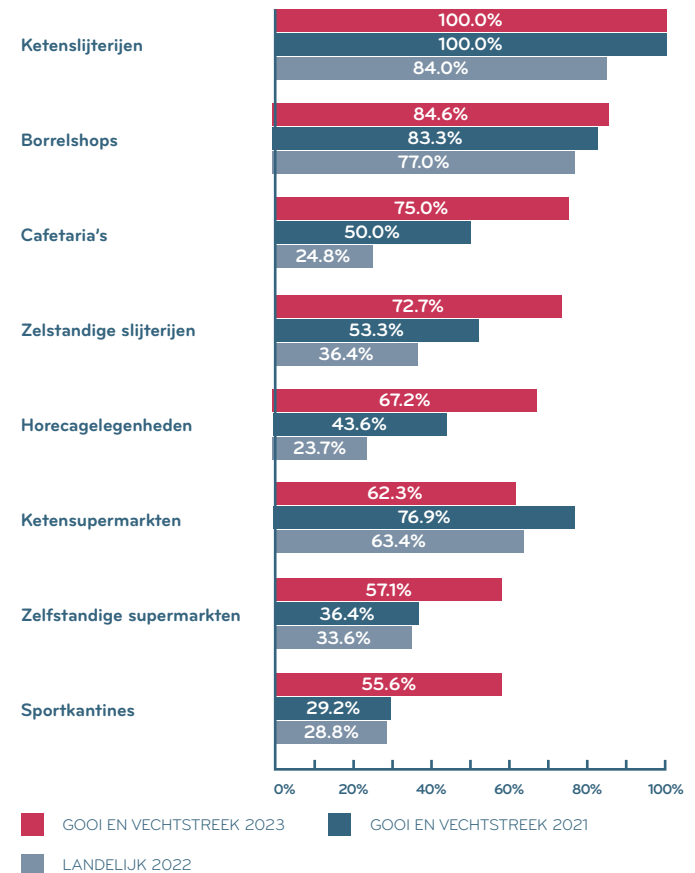
Bij sportkantines, cafetaria's en horecagelegenheden is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 significant hoger dan de naleving van het verkoopkanaal in 2021¹. Bij ketenslijterijen, zelfstandige slijterijen, borrelshops, ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten is de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021¹. Zie figuur 2 voor een overzicht.

Vergelijking met landelijke nalevingscijfers

Bij cafetaria's, horecagelegenheden, ketenslijterijen, sportkantines en zelfstandige slijterijen is de naleving van de leeftijdsgrens bij

alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 significant hoger dan de landelijke naleving van het verkoopkanaal in 2022². Bij borrelshops, zelfstandige supermarkten en ketensupermarkten is de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 niet significant verschillend ten opzichte van de landelijke naleving in 2022². Zie figuur 2 voor een overzicht.

Figuur 2. Vergelijking van naleving per verkoopkanaal tussen het huidige onderzoek en het onderzoek van Gooi en Vechtstreek 2021 en Landelijk onderzoek 2022.



CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

In dit onderzoek is de naleving per verkoopkanaal in kaart gebracht. Bij sportkantines, cafetaria's en horecagelegenheden is de naleving hoger dan het gemiddelde uit 2021¹. Bij de meeste verkoopkanalen is de naleving hoger dan het gemiddelde uit het landelijk onderzoek 2022². De uitkomsten van het onderzoek geven aanknopingspunten voor het voortzetten van de preventie- en handhavingsactiviteiten in de regio.

Er worden aanbevelingen gedaan om de stijging van de naleving te stimuleren door middel van de inzet van risicogestuurd toezicht en het ondersteunen van verkopers bij de verbetering van de naleving.

ACHTERGROND

AANLEIDING

Alcoholgebruik brengt veel risico's met zich mee, zeker voor minderjarigen. Voorbeelden zijn verminderde zelfbeheersing³ en een grotere kans op risicovol gedrag⁴, ongevallen⁵, geweld⁶, en vroegtijdige sterfte⁷. Daarnaast kan overmatig alcoholgebruik zowel direct als later in het leven leiden tot gezondheidsproblemen. Voorbeelden daarvan zijn hersenschade en een hogere kans op verslaving^{8,9}.

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 lijkt¹⁰. 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 Wijdemerem periodiek nalevingsonderzoek uitvoeren. In dit onderzoek wordt de naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar onderzocht bij verkooppunten van verschillende verkoopkanalen voor de aankoop van alcohol. Zo wordt duidelijk in hoeverre verkopers zich houden aan de leeftijdsgrens.

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 2023. Daarnaast

is ook onderzocht in hoeverre verkopers interventies toepassen tijdens het leeftjidscontroleproces, inclusief de samenhang hiervan met de naleving. Interventies zijn de handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftjidscontrole: leeftjid vragen, ID vragen en een hulpmiddel¹¹ gebruiken. Tenslotte is onderzocht hoe de nalevingscijfers in de regio Gooi en Vechtstreek zich verhouden tot de nalevingscijfers van 2021 en tot de landelijke nalevingscijfers¹². In Tabel 1 staan de onderzoeksvragen van dit onderzoek beschreven.

Tabel 1. Onderzoeksvragen nalevingsonderzoek

In hoeveel procent van de aankoopogingen 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 aankoopogingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen naar leeftjid gevraagd?

In hoeveel procent van de aankoopogingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen naar een geldig legitimatiebewijs gevraagd?

In hoeveel procent van de aankoopogingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen een hulpmiddel gebruikt bij de beoordeling van het legitimatiebewijs?

In welke mate resulteren de interventies (vragen naar leeftjid en/of ID en hulpmiddelgebruik) in een correcte naleving?

¹¹ Verkopers kunnen een hulpmiddel gebruiken bij het controleren van de leeftjid op een legitimatiebewijs. Voorbeelden hiervan zijn: het intoetsen van de leeftjid in een kassasysteem, een ID-scanner die de leeftjid op de legitimatie uitleest of een kalender die voor elke datum de uiterste geboortedatum aangeeft.

Hoe verhouden de nalevingspercentages per verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek zich ten opzichte van het nalevingsonderzoek Gooi en Vecht uit 2021¹?

Hoe verhouden de nalevingspercentages per verkoopkanaal in de regio Gooi en Vechtstreek zich ten opzichte van het landelijke nalevingsonderzoek uit 2022²?

METHODE

In dit hoofdstuk komt eerst de procedure van het uitgevoerde mysteryshoponderzoek aan bod. Vervolgens wordt er ingegaan op de wijze van steekproeffrekking. 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 voor 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 aankoopogingen 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 aankoopoging 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 geënceneerde 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 betrouwbare 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 verkoopkanaal¹¹.

In dit nalevingsonderzoek zijn de aankoopogingen gedaan door een mix minderjarige jongens en meisjes. Aan de bezochte locaties is niet teruggekoppeld dat er een mysteryshoponderzoek had plaatsgevonden. Het mysteryshoponderzoek is uitgevoerd in september, oktober en begin november 2023.

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 continu 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 AANKOOPOGINGEN

Vorbereiding

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 au-

ditor 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 aankoopogingen 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 aankoopogingen 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.

Een locatie wordt over het algemeen door één mysterykid bezocht, waarbij één aankoopoging uitgevoerd wordt. Een uitzondering hierop zijn horecagelegenheden en sportkantines, omdat mysterykids zich hier onveilig kunnen voelen. Bij horecagelegenheden en sportkantines gaan mysterykids daarom in een tweetal (jongen en meisje) naar binnen. De mysterykid van het tweetal die géén aankoopoging hoeft te plegen, zorgt ervoor dat hij/zij buiten zicht is (bijvoorbeeld door gebruik te maken van het toilet) ten tijde van de aankoopoging. In dit geval vindt de communicatie tussen de mysterykids plaats via WhatsApp, zodat zij elkaar op de hoogte kunnen brengen wanneer de aankoopoging 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 lo-

catie wordt de locatie vervangen door een reserve locatie.

Wanneer een mysterykid naar zijn/haar leeftijd wordt gevraagd tijdens een aankoopoging, 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 in een sealbag en later 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 aankoopogingen ten behoe-

ve van nalevingsonderzoeken. Zo krijgen zij van tevoren digitale instructies in de vorm van beeld en tekst. Hierin wordt de procedure beschreven en wordt de rol van de mysterykid uitvoerig behandeld. Daarnaast voert elke nieuwe mysterykid een aantal proefaankopen uit voordat hij/zij aan een onderzoek meewerkt. 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 aankoop poging en het registreren van de benodigde informatie na iedere aankoop poging. De auditoren zijn tijdens een veldwerkdag verantwoordelijk voor het welzijn en de veiligheid 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 daarnaast schriftelijk toestemming voor deelname van de jongeren aan een mysteryshop-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 aankoop poging 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 onbemenste kassa's?

STEEKPROEF

Om uitspraken te kunnen doen over de nalevingcijfers 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 geborgd.

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 nalevingsonderzoek².

Locaties opschonen

Het totale aanbod in de regio Gooi en Vechtstreek, verdeeld over de verschillende verkoopkanalen, is verkregen uit recente locatielijsten van de regiogemeenten. 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 afstemming geweest met de gemeente Hilversum over cafetaria's die wel of geen alcohol verkopen. 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 aankoopopgaven er per verkoopkanaal zijn uitgevoerd.

Tabel 2. Aantal uitgevoerde aankoopogingen per verkoopkanaal

Cafeteria's	32
Horecagelegenheden	67
Ketenslijterijen	12
Borrelshops	13
Zelfstandige slijterijen	11
Sportkantines	63
Ketensupermarkten	53
Zelfstandige supermarkten	7
Totaal	258

AANKOOPPOGINGEN BIJ ONBEMENSTE KASSA'S

In verschillende ketensupermarkten is niet alleen meer sprake van bemenste kassa's, maar zijn er ook onbemenste kassa's aanwezig. Om te onderzoeken of er een verschil bestaat in de naleving tussen beide typen kassa's, zijn van de 53 aankoopogingen in ketensupermarkten 30 uitgevoerd bij bemenste kassa's en 23 bij onbemenste kassa's.

ANALYSE

Allereerst is per verkoopkanaal het nalevingscijfer van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in 2023 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 nalevingscijfer Gooi en Vecht 2021 en het landelijke nalevingscijfer van 2022^{1,2}.

Voor de berekeningen is gebruikgemaakt 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 aankoopogingen. 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 verkoop

^{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.

kanaal de corresponderende weefactor 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 naleving in 2021 en de landelijke naleving per verkoopkanaal in 2022^{1,2}.

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 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 aankoopogingen.

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 naleving in 2021 en de landelijke naleving^{1,2}. De resultaten zijn verwerkt in informatieve illustraties. In appendix B zijn de bijbehorende betrouwbaarheidsintervallen en significantietoetsen opgenomen.

RESULTATEN

Naleving in 2023

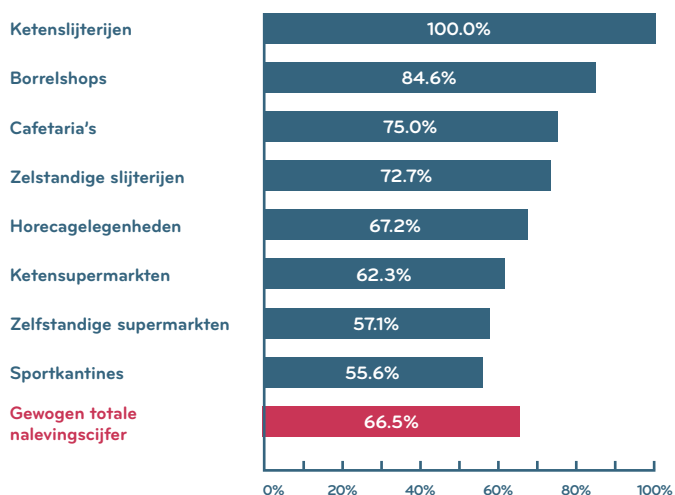
Het gewogen totale nalevingscijfer voor alcoholverkoop bij alle verkoopkanalen in 2023 is 66.5%. Gemiddeld wordt de leeftijdsgrens bij de verkoop van alcohol dus in 66.5% van de gevallen nageleefd. Figuur 3 geeft het gewogen totale nalevingscijfer en de nalevingscijfers per verkoopkanaal weer.

Bij cafetaria's is er bij 24 van de 32 aankoopogingen nageleefd (75.0%). Bij de horecagelegenheden is er bij 45 van de 67 aankoopogingen nageleefd (67.2%). Bij 12 van de 12 aankoopogingen bij ketenslijterijen is er nageleefd (100.0%). Bij borrelshops is er bij 11 van de 13 aankoopogingen nageleefd (84.6%). Bij zelfstandige slijterijen is er bij 8 van de 11 aankoopogingen nageleefd (72.7%). Bij sportkantines is er bij 35 van de 63 aankoopogingen nageleefd (55.6%). Bij ketensupermarkten is er bij 33 van de 53 aankoopogingen nageleefd (62.3%). Bij zelfstandige supermarkten is er bij 4 van de 7 aankoopogingen nageleefd (57.1%).

Toegepaste interventies bij leeftijdscontrole

Bij 200 van de 258 aankoopogingen is er naar ID gevraagd (77.5%). ID-vraag leidde in 172 van de 200 gevallen tot naleving (86.0%). Het gebruiken van een hulpmiddel bij de controle van het legitimatiebewijs (na ID-vraag) leidde in dit onderzoek in 37 van de 40 gevallen tot naleving (92.5%). Geen hulpmiddel gebruiken na het vragen naar ID leidde in 135 van de 160 gevallen tot naleving (84.4%).

Figuur 3. Gewogen totale nalevingscijfer en nalevingscijfer per verkoopkanaal regio Gooi en Vechtstreek 2023*



*Aankoopogingen bij ketensupermarkten zijn gedeeltelijk bij onbemenste kassa's uitgevoerd.

In figuur 4 wordt de naleving van Gooi en Vecht 2023, 2021 en de landelijke naleving 2022¹ vergeleken. Zo is in één opslag te zien hoe de nalevingscijfers van Gooi en Vecht 2023 zich verhouden tot de nalevingscijfers Gooi en Vecht 2021 én de landelijke

nalevingscijfers van 2022. In appendix B zijn de bijbehorende betrouwbaarheidsintervallen en significantietoetsen opgenomen.

Vergelijking met nalevingscijfers 2021

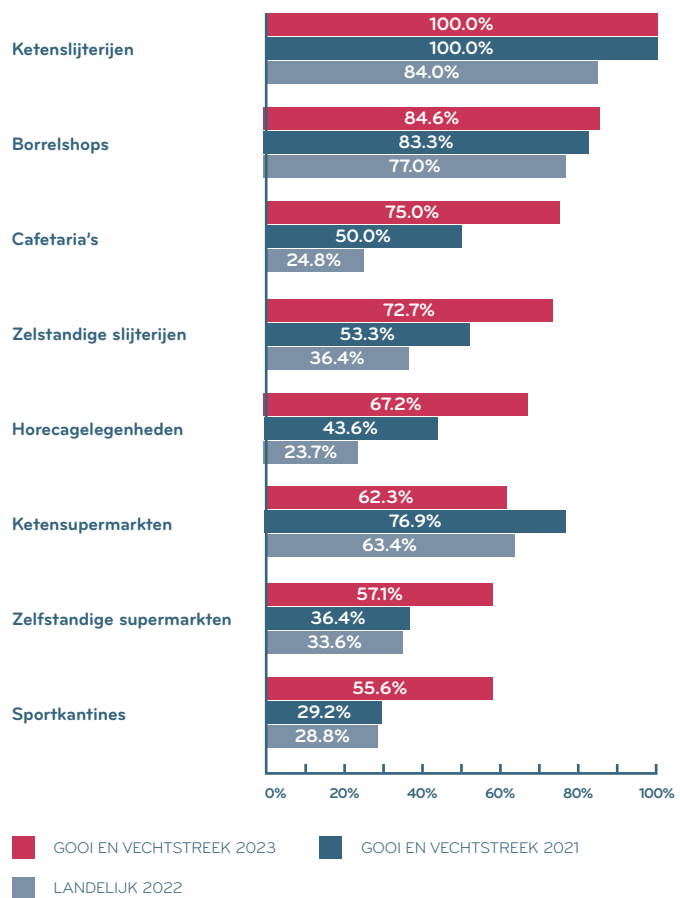
In het mysteryshoponderzoek in 2023 is het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol 66.5%. Deze was 50.2% in 2021. De stijging in de naleving is significant.

Bij sportkantines, cafetaria's en horecagelegenheden is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 significant hoger dan de naleving van het verkoopkanaal in 2021¹. Bij ketenslijterijen, zelfstandige slijterijen, borrelshops, ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten is de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021¹.

Vergelijking met landelijke nalevingscijfers

Bij cafetaria's, horecagelegenheden, ketenslijterijen, sportkantines en zelfstandige slijterijen is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 significant hoger dan de landelijke naleving van het verkoopkanaal in 2022². Bij borrelshops, zelfstandige supermarkten en ketensupermarkten is de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 niet significant verschillend ten opzichte van de landelijke naleving in 2022².

Figuur 4. Vergelijking van naleving per verkoopkanaal tussen het huidige onderzoek en het onderzoek van Gooi en Vechtstreek 2021 en Landelijk onderzoek 2022.



NALEVING LEEFTIJDSGRENS CAFETARIA'S

INTERVENTIES

Bij 8 van de 32 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (25.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

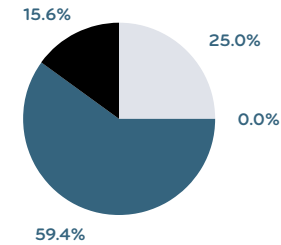
Bij 0 van de 32 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 19 van de 32 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (59.4%). Dit leidde in 19 gevallen tot naleving (100.0%).

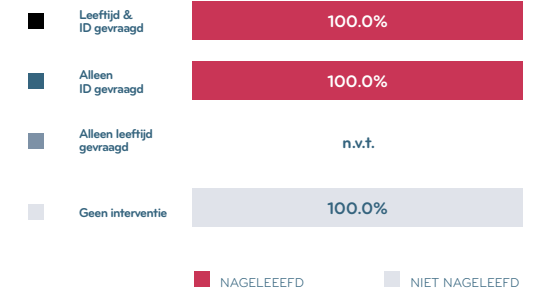
Bij 5 van de 32 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (15.6%). Dit leidde in 5 gevallen tot naleving (100.0%).

Interventies

n=32



Naleving



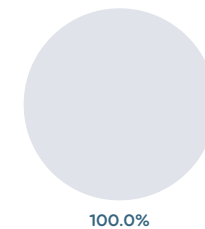
HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 24 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 0 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (0.0%).

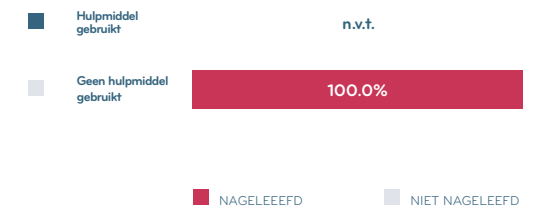
Van de 24 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (100.0%), is er 24 keer nageleefd (100.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=24



Naleving



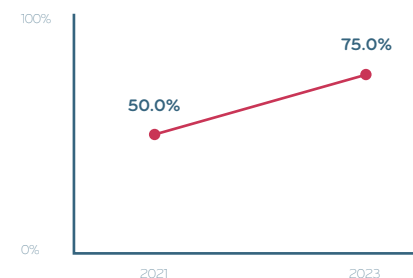
NALEVING

Bij 24 van de 32 aankoopogingen is er nageleefd (75.0%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de naleving in 2021 (50.0%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2022 (24.8%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2023 CAFETARIA'S

75.0%

[57.9, 86.7]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS HORECAGELEGENHEDEN

INTERVENTIES

Bij 12 van de 67 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (17.9%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

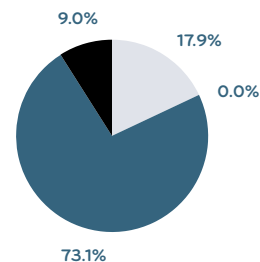
Bij 0 van de 67 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 49 van de 67 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (73.1%). Dit leidde in 41 gevallen tot naleving (83.7%).

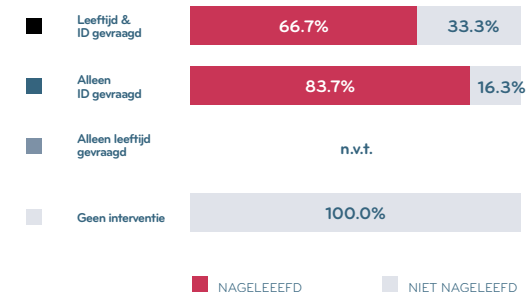
Bij 6 van de 67 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (9.0%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (66.7%).

Interventies

n=67



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

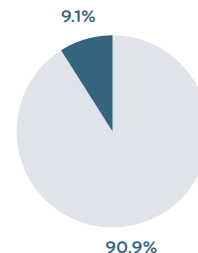
Van de 55 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 5 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (9.1%). 5 verkopers controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 4 van de 5 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (80.0%).

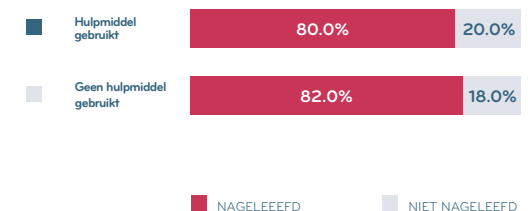
Van de 50 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (90.9%), is er 41 keer nageleefd (82.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=55



Naleving



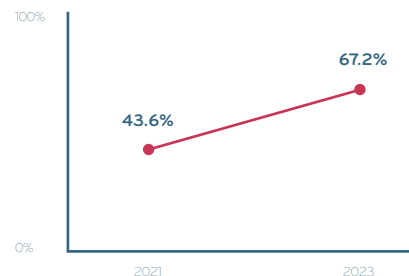
NALEVING

Bij 45 van de 67 aankoopogingen is er nageleefd (67.2%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de naleving in 2021 (43.6%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2022 (23.7%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2023 HORECAGELEGENHEDEN

67.2%

[55.3, 77.2]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS KETENSLIJTERIJEN

INTERVENTIES

Bij 0 van de 12 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (0.0%).

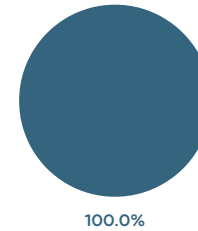
Bij 0 van de 12 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 12 van de 12 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (100.0%). Dit leidde in alle 12 gevallen tot naleving (100.0%).

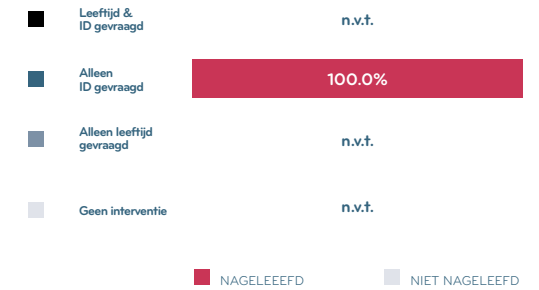
Bij 0 van de 12 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (0.0%).

Interventies

n=12



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 12 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 6 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (50.0%).

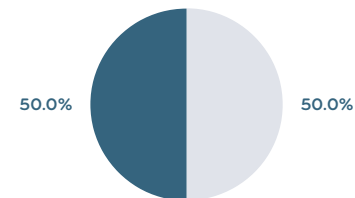
- 6 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 6 van de 6 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

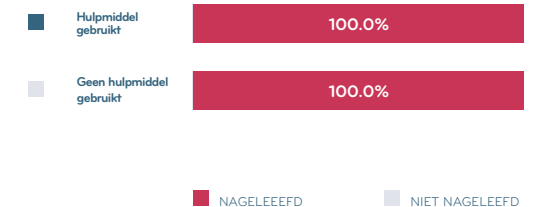
Van de 6 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (50.0%), is er 6 keer nageleefd (100.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=12



Naleving



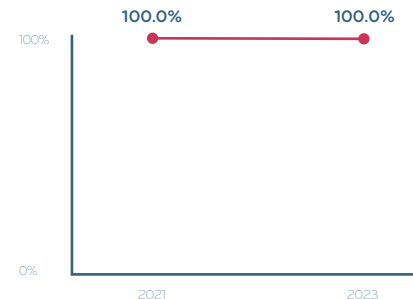
NALEVING

Bij 12 van de 12 aankoopogingen is er nageleefd (100.0%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021 (100.0%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2022 (84.0%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2023 KETENSLIJTERIJEN

100.0%

[75.7, 100.0]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS BORRELSHOPS

INTERVENTIES

Bij 1 van de 13 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (7.7%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%)

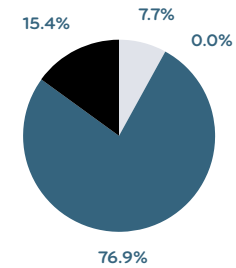
Bij 0 van de 13 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 10 van de 13 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (76.9%). Dit leidde in 9 gevallen tot naleving (90.0%).

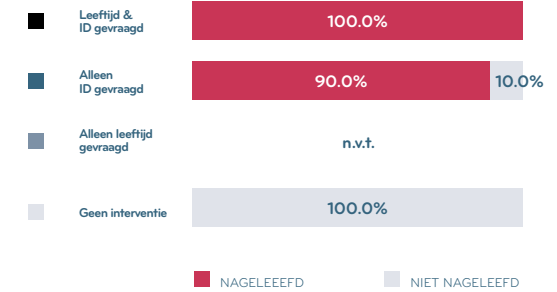
Bij 2 van de 13 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (15.4%). Dit leidde in alle 2 de gevallen tot naleving (100.0%)

Interventies

n=13



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 12 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 4 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (33.3%).

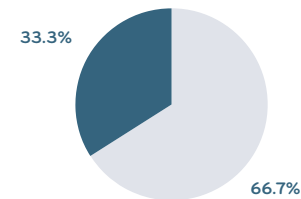
- 4 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 4 van de 4 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

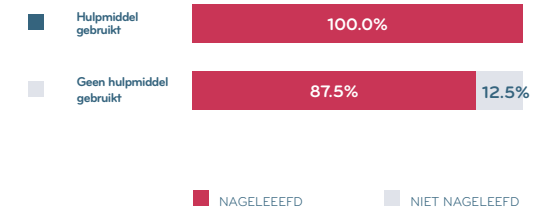
Van de 8 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (66.7%), is er 7 keer nageleefd (87.5%).

Hulpmiddelgebruik

n=12



Naleving



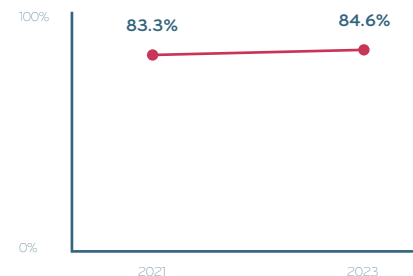
NALEVING

Bij 11 van de 13 aankoopogingen is er nageleefd (84.6%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021 (83.3%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de landelijke naleving in 2022 (77.0%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2023 BORRELSHOPS

84.6%

[57.8, 95.7]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS ZELFSTANDIGE SLIJTERIJEN

INTERVENTIES

Bij 1 van de 11 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (9.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

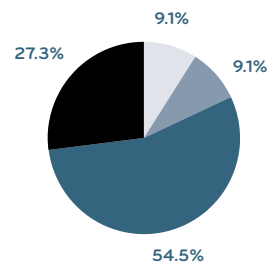
Bij 1 van de 11 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (9.1%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 6 van de 11 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (54.5%). Dit leidde in 6 gevallen tot naleving (100.0%).

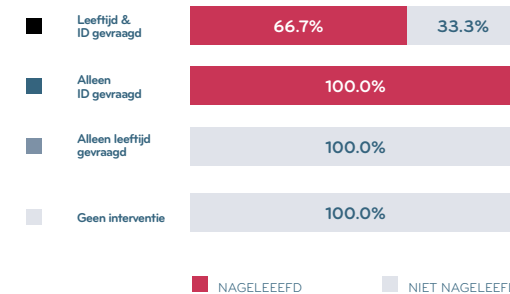
Bij 3 van de 11 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (27.3%). Dit leidde in 2 gevallen tot naleving (66.7%).

Interventies

n=11



Naleving



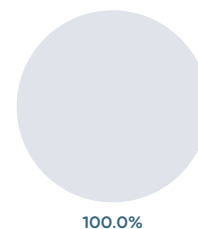
HULPMIDDELGEBRUIK

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%).

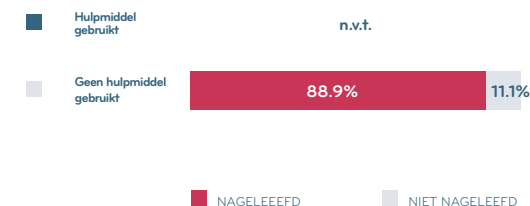
Van de 9 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (100.0%), is er 8 keer nageleefd (88.9%).

Hulpmiddelgebruik

n=9



Naleving



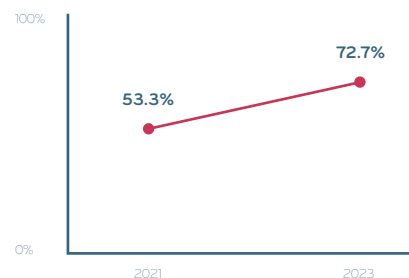
NALEVING

Bij 8 van de 11 aankoopogingen is er nageleefd (72.7%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021 (53,3%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2022 (36.4%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2023 ZELFSTANDIGE SLIJTERIJEN

72.7%

[43.4, 90.3]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS SPORTKANTINES

INTERVENTIES

Bij 16 van de 63 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (25.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

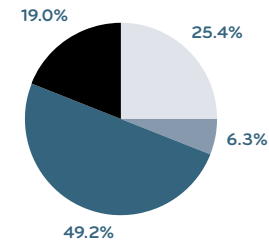
Bij 4 van de 63 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (6.3%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 31 van de 63 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (49.2%). Dit leidde in 27 gevallen tot naleving (87.1%).

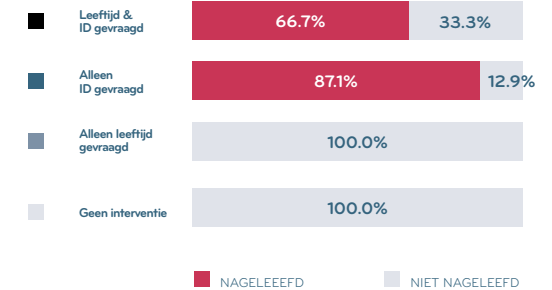
Bij 12 van de 63 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (19.0%). Dit leidde in 8 geval tot naleving (66.7%).

Interventies

n=63



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 43 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 5 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (11.6%).

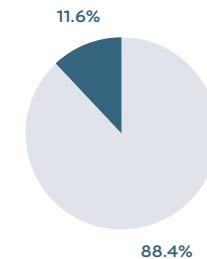
- 3 verkopers controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in een hulpmiddel op de telefoon.
- 2 verkopers controleerde de leeftijd met behulp van een ID-scanner.

Hulpmiddelgebruik leidde in alle 5 gevallen tot naleving (100.0%).

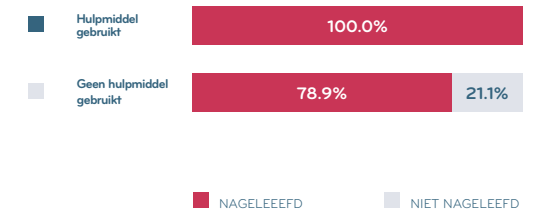
Van de 38 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (88.4%), is er 30 keer nageleefd (78.9%).

Hulpmiddelgebruik

n=43



Naleving



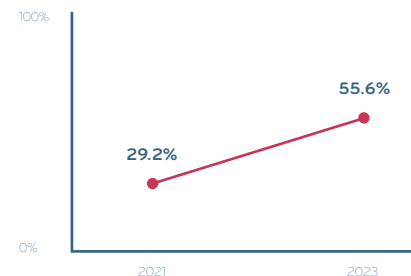
NALEVING

Bij 35 van de 63 aankoopogingen is er nageleefd (55.6%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de naleving in 2021 (29.2%).

De naleving in 2023 is significant hoger dan de landelijke naleving in 2022 (28.8%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2023 SPORTKANTINES

55.6%

[43.3, 67.2]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS KETENSUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 13 van de 53 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (24.5%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

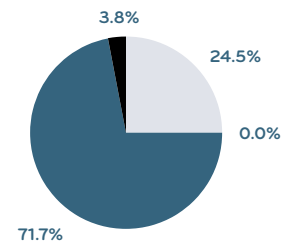
Bij 0 van de 53 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 38 van de 53 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (71.7%). Dit leidde in 31 gevallen tot naleving (81.6%).

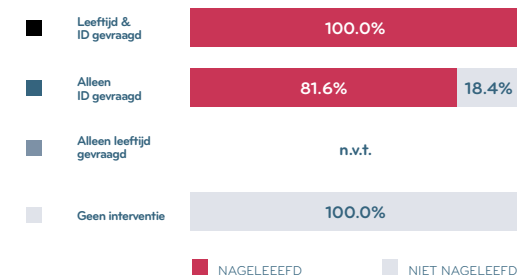
Bij 2 van de 53 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (3.8%). Dit leidde in 2 gevallen tot naleving (100.0%).

Interventies

n=53



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 40 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 18 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (45.0%).

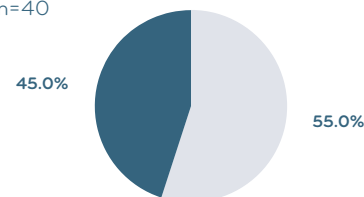
- 18 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;

In 16 van de 18 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (88.9%).

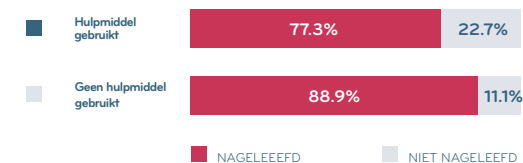
Van de 22 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (55.0%), is er 17 keer nageleefd (77.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=40



Naleving



NALEVING BEMENSTE KASSA'S VERSUS ONBEMENSTE KASSA'S

Van de 53 aankoopogingen bij ketensupermarkten zijn 30 aankoopogingen (56.6%) uitgevoerd bij bemenste kassa's en 23 aankoopogingen bij onbemenste kassa's (43.4%).

Van de 30 aankoopogingen bij bemenste kassa's is er 17 keer nageleefd (56.7%). Van de 23 aankoopogingen bij onbemenste kassa's is er 16 keer nageleefd (69.6%).

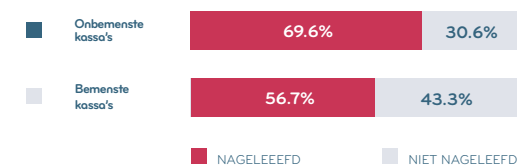
De naleving bij bemenste kassa's verschilt niet significant van de naleving bij onbemenste kassa's.

Bemenste kassa / onbemenste kassa

n=53



Naleving



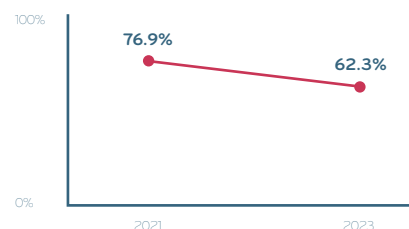
NALEVING

Bij 33 van de 53 aankoopogingen is er nageleefd (62.3%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021 (76.9%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de landelijke naleving in 2022 (63.4%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022 KETENSUPERMARKTEN

62.3%

[48.8, 74.1]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS ZELFSTANDIGE SUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 2 van de 7 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (28.6%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

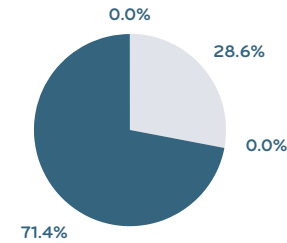
Bij 0 van de 7 aankoopogingen vroeg de verkoper alleen naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 5 van de 7 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (71.4%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (80.0%).

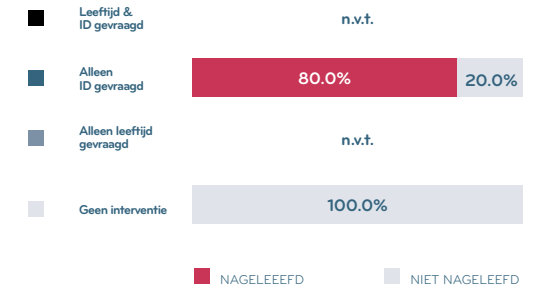
Bij 0 van de 7 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (0.0%).

Interventies

n=7



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 5 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 2 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (40.0%).

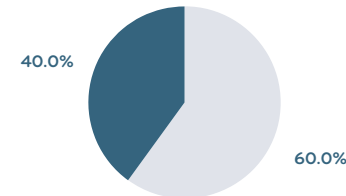
- 1 verkoper controleerde de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 1 verkoper controleerde de leeftijd door het gebruik van de pop-up methode (hierop staat de datum weergegeven waarop iemand op zijn laatst geboren moet zijn om meerderjarig te zijn)

In 2 van de 2 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (100.0%).

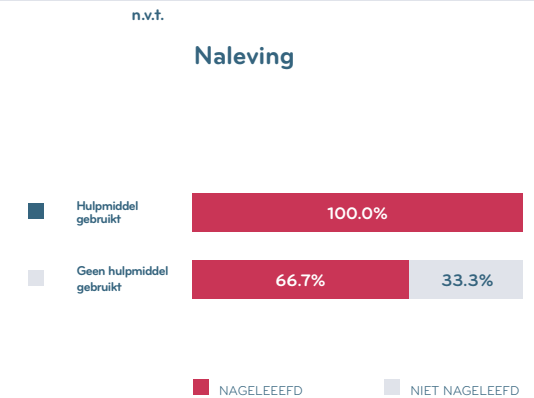
Van de 3 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (60.0%), is er 2 keer nageleefd (66.7%).

Hulpmiddelgebruik

n=5



Naleving



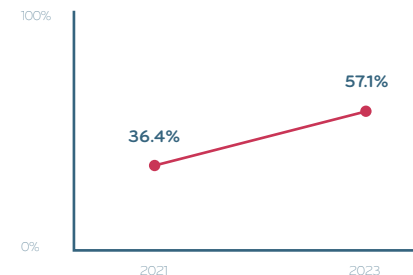
NALEVING

Bij 4 van de 7 aankoopogingen is er nageleefd (57.1%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021 (36.4%).

De naleving in 2023 is niet significant verschillend ten opzichte van de landelijke naleving in 2022 (33.6%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2023 ZELFSTANDIGE SUPERMARKTEN

57.1%

[25.0, 84.2]

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 Wijdmeren is onderzoek gedaan naar de naleving van de leeftijdsgrens in 2023 in de regio Gooi en Vechtstreek. Aan de hand van mysteryshoponderzoek is de naleving van de leeftijdsgrens voor alcoholverkoop in 2023 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 nalevingscijfers uit 2021 en de landelijke nalevingscijfers uit 2022.

NALEVING LEEFTIJDSGRENS 2023

In het mysteryshoponderzoek in 2023 is het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol 66.5%. De naleving bij alcoholverkoop loopt anno 2023 uiteen van 55.6% bij sportkantines tot en met 100.0% bij Ketenslijterijen. Bij cafetaria's is de naleving 75.0%. Bij horecagelegenheden is er een naleving van 67.2% geconstateerd. Bij zelfstandige slijterijen is er in 72.7% van de aankoopogingen nageleefd. Bij borrelshops was de naleving 84.6%. Ketensupermarkten hadden in 62.3% van de aankoopogingen nageleefd en zelfstandige supermarkten 57.1%.

INTERVENTIES IN HET LEEFTIJDSCONTROLEPROCES

In het hoofdstuk 'Resultaten' is per verkoopkanaal gerapporteerd in hoeveel procent van de aankoopogingen 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 blijkt een belangrijke voorspeller voor naleving. Bij 200 van de 258 aankoopogingen is er naar ID gevraagd (77.5%). In 172 van de 200 gevallen is er nageleefd nadat er naar een ID is gevraagd (86.0%). Ook het gebruiken van een hulpmiddel kan impact hebben op het nalevingspercentage. Het gebruiken van een hulpmiddel bij de controle van het legitimatiebewijs leidde in dit onderzoek in 37 van de 40 gevallen tot naleving (92.5%). Geen hulpmiddel gebruiken na het vragen naar ID leidde in 135 van de 160 gevallen tot naleving (84.4%). Het gebruiken van een hulpmiddel leek dus vaker te leiden tot naleving dan het niet gebruiken van een hulpmiddel. Het is echter belangrijk te benadrukken dat het hier gaat om waarneembaar hulpmiddelgebruik. Het is voor een mysteryshopper niet altijd even eenvoudig te zien of een hulpmiddel wel of niet wordt gebruikt. Daarom dienen deze resultaten voorzichtig te worden geïnterpreteerd.

NALEVING LEEFTIJDSGRENS 2023 VERGELEKEN MET 2021 EN LANDELIJK 2022

In het mysteryshoponderzoek in 2023 is het gewogen totale nalevingscijfer voor de verkoop van alcohol 66.5%. Deze was 50.2% in 2021. De stijging in de naleving is significant.

Bij sportkantines, cafetaria's en horecagelegenheden is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 significant hoger dan de naleving van het

verkoopkanaal in 2021¹. Bij ketenslijterijen, zelfstandige slijterijen, borrelshops, ketensupermarkten en zelfstandige supermarkten is de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 niet significant verschillend ten opzichte van de naleving in 2021¹.

De totale gewogen landelijke naleving was 39,4% in 2022. Bij cafetaria's, horecagelegenheden, ketenslijterijen, sportkantines en zelfstandige slijterijen is de naleving van de leeftijdsgrens bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 significant hoger dan de landelijke naleving van het verkoopkanaal in 2022². Bij borrelshops, zelfstandige supermarkten en ketensupermarkten is de naleving bij alcoholverkoop in de regio Gooi en Vechtstreek in 2023 niet significant verschillend ten opzichte van de landelijke naleving in 2022².

CONCLUSIE

Bij sportkantines, cafetaria's en horecagelegenheden is de naleving hoger dan het gemiddelde uit 2021. Ook de totale naleving is significant gestegen. Bij de meeste verkoopkanalen is de naleving hoger dan het gemiddelde uit het landelijk onderzoek 2022. De uitkomsten van het onderzoek geven aanknopingspunten voor het voortzetten van de preventie- en handhavingsactiviteiten in de regio. In het volgende hoofdstuk worden hiervoor aanbevelingen gegeven.

AANBEVELINGEN

De gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Laren en Wijdmeren bouwen aan een gezonde toekomst voor hun inwoners. Hierbij is verantwoorde alcoholverkoop van uiterst belang. De leeftijdsgrens dient om minderjarigen te beschermen tegen de schadelijke gevolgen van alcohol. Echter wordt deze leeftijdsgrens nog niet in alle gevallen nageleefd. In het Nationaal Preventieakkoord is de doelstelling van 100% naleving in 2030 vastgelegd¹⁴. 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 er gemonitord worden of het nalevingspercentage richting de doelstelling van 100% naleving voor het jaar 2030 gaat. Ook kan met behulp van deze resultaten een passend beleid worden gevoerd of voortgezet.

In dit hoofdstuk worden aanbevelingen toegelicht met als doel om de naleving van de leeftijdsgrens positief te blijven 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 de inzet van risicogestuurd toezicht. Het tweede deel van de aanbevelingen hebben betrekking op het ondersteunen van verkopers bij de verbetering van de naleving.

INZET RISICOGESTUURD TOEZICHT

Het risicogestuurd inzetten van preventie- en handhavingsactiviteiten is een belangrijk onderdeel in het Preventie- en Handhavingsplan 2021 t/m 2024 van de regio Gooi en Vechtstreek¹². Dit houdt in dat de middelen daar worden ingezet waar jongeren heengaan (de hotspots) 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.

Risicogestuurde inzet van testkopermethode

De gemeente Hilversum heeft de afgelopen jaren gebruik gemaakt van de testkopermethode. Dit nadat in het Preventie- en Handhavingsplan is opgenomen dat deze methode vanaf 2021 ingezet ging worden in alle verkoopkanalen.

De testkopermethode is een stevigere vorm van toezicht dan de observationele methode. Daarom is een goed bestuurlijk draagvlak 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 (zoals eerder besproken). Op de website van de handreiking Alcoholwet staan meer tips over de inzet van de testkopermethode. Klik [hier](#) om naar de website te gaan.

De testkopermethode kan ervoor zorgen dat de verkopers van de verschillende verkoopkanalen meer alert zijn op het vragen naar ID en naleven van de leeftijdsgrens. Dit om de kans op een waarschuwing of zelfs een boete te minimaliseren. Wij verwachten daarom ook dat het implementeren van deze testkopermethode in de gemeente een groot aandeel heeft gehad in de algemene verhoging van het nalevingspercentage in 2023 t.o.v. 2021. Om deze stijgende lijn in nalevingspercentage te behouden adviseren

wij dan ook om de testkopermethode in te blijven zetten binnen de gemeente. Daarnaast zorgt dit ervoor dat de kans op een terugval in nalevingspercentage minder wordt. Aangezien de kans bestaat dat, wanneer toezicht (d.m.v de testkopermethode) wegvalt of minder wordt, de verkopers minder druk voelen om zich aan de leeftijdsgrens te houden.

Hotspots in kaart brengen

In 2019 is in de regio Gooi & Vechtstreek het Jeugdkaartonderzoek uitgevoerd om de hotspots voor alcoholverstrekking aan minderjarigen in kaart te brengen¹³. In het Preventie- en Handhavingsplan 2021-2024 staat beschreven dat de inzichten uit het onderzoek worden gebruikt bij het bepalen van de inzet van toezicht. We raden aan om het Jeugdkaartonderzoek te herhalen om weer een actueel beeld te krijgen van de hotspots en zo nog gericht de toezichtscapaciteit in te zetten.

ONDERSTEUNING BIJ HET VERBETEREN VAN DE NALEVING

Een goede balans tussen preventie en handhaving is belangrijk. Door preventief te ondersteunen worden verkopers op een constructieve wijze ondersteund in de naleving. Zo wordt de naleving van de leeftijdsgrens niet enkel bestraft bij overtredingen, maar juist vooraf positief bekrachtigd.

De jaarkalender

We weten dat grip houden op de naleving lastig kan zijn. Het creëren van diverse aandachtsprikkelers door het jaar heen is daarom cruciaal voor een consequente naleving. In tegenstelling tot een eenmalige actie, kan een jaarkalender voorzien in structurele aandacht voor de naleving van de leeftijdsgrens binnen de regio Gooi en Vecht. Bureau Objectief heeft het initiatief genomen om een

NIX18 jaarkalender te ontwikkelen. Deze kalender staat vol met hele concrete, lokaal uitvoerbare, constructieve acties om de naleving van NIX18 in uw regio te versterken.

NIXzonderID Feedbackbezoeken

Tijdens feedbackbezoeken gaan getrainde mysteryshoppers op pad om cafetaria's, horecagelegenheden, supermarkten, slijterijen en sportkantines te ondersteunen bij het verbeteren van de ID vraag. De mysteryshoppers proberen alcohol aan te kopen en op het moment dat zij naar ID worden gevraagd maakt hij/zij zichzelf feestelijk bekend. Wordt er niet naar ID gevraagd? Dan geeft de mysteryshopper gerichte tips aan de medewerker hoe hij of zij het de volgende keer beter kan doen. De focus ligt dus niet op wat er slecht gaat - maar op ondersteuning om te zorgen dat het beter gaat. In beide gevallen ontvangen de verkoopkanalen informatie en directe links naar gratis beschikbare online trainingstools zoals de NIXChallenge en de E-learning 'Voor elkaar'.

NIX Challenge

Tijdens de NIX Challenge worden medewerkers van verkooppunten uitgedaagd tot het spelen van de NIX Challenge. In dit mobiele spel oefenen zij met het inschatten van leeftijden van jonge klanten. De deelnemers nemen het tegen elkaar op, battlen om de highscore en kunnen zo de finale bereiken. In de finaleweek gaan de winnaars per verkoopkanaal de eindstrijd met elkaar aan. De winnaar mag zich kronen tot Kampioen van NIX en ontvangt de NIX18 wisselbokaal. De NIX Challenge leert medewerkers het belang van ID vragen tot 25 door te illustreren hoe lastig het is om leeftijd in te schatten. Op de website van de NIX challenge kun je zien hoe het spel werkt. Klik hier om naar de website te gaan.

VLOG van NIX competitie

Tijdens de VLOG competitie staat het credo 'Goed voorbeeld doet

volgen centraal! Verschillende verkooplocaties binnen de gemeente of regio worden uitgedaagd om met een korte video/vlog van maximaal 2 minuten aan de jury te laten zien hoe zij zorgen voor NIX18 als team. De competitie fungeert als een verbindend element tussen de gemeente en haar verkooppunten, versterkt de relatie, bevordert positieve communicatie en creëert een gezonde, competitieve sfeer.

Voor meer informatie over de onderdelen en mogelijke toepassingen van de jaarkalender kunt u contact opnemen met info@bureauobjectief.nl

Overige preventie ondersteuning

In het Preventie- en Handhavingsplan staan verschillende preventie-acties uitgewerkt die ook 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 leeftijdsgrens¹⁵. 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. Jaarlijks deelt de GGD een draaischijf van NIX18 uit aan sportkantines. Deze draaischijf helpt barvrijwilligers om de leeftijd te controleren. 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 is ook (grotendeels) bruikbaar en toegan-

kelijk 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 (2021). Nalevingsonderzoek leeftijdsgrens Regio Gooi & Vechtstreek 2021. Nijmegen.
2. Bureau Objectief (2020). Landelijk nalevingsonderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcohol- en tabaksverkoop in 2020. Nijmegen.
3. 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
4. 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
5. 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
6. 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
7. 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
8. Spear, L. P. (2011). Alcohol and the developing brain. In *Young people and alcohol: Impact, policy, prevention, treatment*. Chichester, United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.
9. 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
10. Alcoholwet (2021). Artikel 20, lid 1. Geraadpleegd via: <https://wetten.overheid.nl/BWBR0002458/2021-07-01#Paragraaf3>
11. 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.
12. Regio Gooi en Vechtstreek (2020). Preventie- en Handhavingsplan alcohol en drugs 2021 t/m 2014 Regio Gooi en Vechtstreek.
13. Bureau Objectief (2019). Jeugdkaardonderzoek Gooi en Vechtstreek. Nijmegen.
14. Rijksoverheid (2018). Nationaal Preventieakkoord. Den Haag.
15. 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 aankoopopgaven 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-DHW-verboden 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 keten-supermarkt 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 aankoop poging doet voor alcohol of tabak in het kader van het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens.

Nalevingscijfer | Het percentage van het aantal aankoop pogingen 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: BETROUWBAARHEIDSIINTERVALLEN & SIGNIFICANTIETOETSEN

In onderstaande tabellen wordt de naleving in 2023 per verkoopkanaal vergeleken met de naleving in Gooi en Vecht 2021 en de landelijke naleving in 2022. Naast het nalevingspercentage wordt steeds het 95%-betrouwbaarheidsinterval tussen haakjes getoond. Er mag van een significant verschil gesproken worden als de 95%-betrouwbaarheidsintervallen van de verschillende onderzoeken elkaar niet overlappen. Mocht dit wel zo zijn, moet er gekeken worden naar het 95%-betrouwbaarheidsinterval 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 2023 en Gooi en Vechtstreek 2021

	Gooi en Vechtstreek 2023	Gooi en Vechtstreek 2021	Vershil	Uitkomst
Cafeteria's	75.0% (57.9% - 86.7%)	50.0% (34.8% - 65.2%)	25.0% (3.1% - 46.9%)	Significant verschillend
Horeca-gelegenheden	67.2% (55.3% - 77.2%)	43.6% (33.1% - 54.6%)		Significant verschillend
Ketenslijterijen	100.0% (75.7% - 100.0%)	100.0% (84.5% - 100.0%)	0.0% (0% - 0%)	Niet significant verschillend
Borrelshops	84.6% (57.8% - 95.7%)	83.3% (43.6% - 97.0%)	1.3% (-34.4% - 37.0%)	Niet significant verschillend
Zelfstandige slijterijen	72.7% (43.4% - 90.3%)	53.3% (30.1% - 75.2%)	19.4% (-17.1% - 55.9%)	Niet significant verschillend

Sportkantines	55.6% (43.3% - 67.2%)	29.2% (19.9% - 40.5%)		Significant verschillend
Ketensupermarkten	62.3% (48.8% - 74.1%)	76.9% (63.9% - 86.3%)	-14.7% (-32.0% - 2.7%)	Niet significant verschillend
Zelfstandige supermarkten	57.1% (25.0% - 84.2%)	36.4% (15.2% - 64.6%)	20.8% (-25.6% - 67.2%)	Niet significant verschillend
Gewogen totale naleving	66.5% (61.1% - 71.5%)	50.2% (45.0 - 55.4%)		Significant verschillend

Tabel 4. Verschil in naleving Gooi en Vechtstreek 2023 en Landelijk 2022

	Gooi en Vechtstreek 2023	Landelijk 2022	Vershil	Uitkomst
Cafeteria's	75.0% (57.9% - 86.7%)	24.8% (34.8% - 65.2%)		Significant verschillend
Horeca-gelegenheden	67.2% (55.3% - 77.2%)	23.7% (19.0% - 29.1%)		Significant verschillend
Ketenslijterijen	100.0% (75.7% - 100.0%)	84.0% (78.4% - 88.4%)	16.0% (11.0% - 21.0%)	Significant verschillend
Borrelshops	84.6% (57.8% - 95.7%)	77.0% (71.4% - 81.7%)	7.7% (-12.6% - 27.9%)	Niet significant verschillend
Zelfstandige slijterijen	72.7% (43.4% - 90.3%)	36.4% (29.8% - 43.6%)	36.3% (9.1% - 63.5%)	Significant verschillend
Sportkantines	55.6% (43.3% - 67.2%)	28.8% (23.7% - 34.5%)		Significant verschillend
Ketensupermarkten	62.3% (48.8% - 74.1%)	63.4% (57.8% - 68.8%)	-1.2% (-15.4% - 13.0%)	Niet significant verschillend
Zelfstandige supermarkten	57.1% (25.0% - 84.2%)	33.6% (25.6% - 42.7%)	23.5% (-14.2% - 61.2%)	Niet significant verschillend

BUREAU OBJECTIEF

Toernooiveld 300

6525 EC Nijmegen

024 848 1111

info@bureauobjectief.nl

www.bureauobjectief.nl