

Maart 2024

AANBOD VAN TABAK IN VERKOOPPUNTEN IN NEDERLAND

RAPPORTAGE VAN DE EERSTE METING VAN HET PERIODIEK ONDERZOEK TABAKSAANBOD
VERKOOPPUNTEN

KERNPUNTEN

- Deze factsheet beschrijft het Periodiek Onderzoek Tabaksaanbod Verkooppunten van het Trimbos-instituut. Met dit jaarlijkse onderzoek brengen we in kaart welke tabaksproducten door winkels in Nederland aangeboden worden. Ook signaleren we trends in dit aanbod.
- In totaal hebben we bij 63 verkooppunten door heel Nederland de volledige vragenlijst afgenomen. Gemiddeld had een verkooppunt naar schatting 86 verschillende sigarettenpakjes en 32 verschillende pakjes shag in het assortiment.
- We zagen bij sigaretten dat het meest verkochte pakje vaak goedkoop was, terwijl bij shag de prijs van het meest verkochte pakje breed verdeeld was.
- 73% van de ondervraagde verkooppunten bood minstens één van de uitgevraagde smaakaccessoires voor tabaksproducten aan.
- De Rijksoverheid tracht het aantal verkooppunten in de komende jaren met maatregelen te verminderen. Wij blijven het aanbod in de verkooppunten monitoren.



In deze factsheet presenteren we de resultaten van de eerste meting van het Periodiek Onderzoek Tabaksaanbod Verkooppunten van het Trimbos-instituut. Met dit jaarlijkse onderzoek brengen we in kaart welke tabaksproducten en alternatieve tabaksproducten in Nederlandse verkooppunten worden aangeboden en signaleren we trends in dit aanbod.

WAAROM VOEREN WE DIT ONDERZOEK UIT?

De eerste aanleiding voor dit onderzoek zijn de voornemens van de Rijksoverheid om in de komende jaren de verkoop van tabak in verschillende winkeltypen te verbieden, en daarmee het aantal en type verkooppunten te verminderen¹ (zie kader). Met deze studie onderzoeken we veranderingen in het winkelaanbod na invoering van deze maatregelen.

Een tweede aanleiding voor dit onderzoek is dat het aanbod van nicotineproducten de afgelopen jaren is veranderd. Het aantal soorten elektronische sigaretten is toegenomen en er zijn zorgen om het gebruik hiervan door jongeren.² Daarnaast is het aannemelijk dat ook de aangekondigde accijnsverhogingen het aanbod van tabaksproducten zal doen veranderen. De Rijksoverheid wil dat een pakje sigaretten veel meer gaat kosten. Zij heeft daarom forse accijnsverhogingen voor 2023 en 2024 aangekondigd.² Een mogelijk reactie van de tabaksindustrie zou kunnen zijn dat zij nieuwe merken of producten introduceren.

Nationaal Preventieakkoord

De plannen om het aantal verkooppunten te doen dalen en de tabaksaccijnzen te verhogen passen in de doelstellingen die zijn opgesteld in het kader van het [Nationaal Preventieakkoord](#). In dit akkoord heeft de Rijksoverheid samen met een grote groep maatschappelijke partners afgesproken om toe te werken naar een rookvrije samenleving. In een rookvrije samenleving zou in 2040 minder dan 5% van de volwassenen en geen kinderen onder de 18 jaar nog roken. In 2022 rookte nog 18,9% van de volwassenen in het afgelopen jaar en in 2021 9,5% van de jongeren tussen de 12 en 16 jaar in de afgelopen maand.³

WAT WILLEN WE BEREIKEN MET DIT ONDERZOEK?

We willen onderzoeken óf en hoe het aanbod van tabaks- en nicotineproducten de komende jaren verandert. We krijgen daarmee inzicht in hoe de tabaksindustrie en de retailsector reageren op maatregelen gericht op het aanbod van tabaksproducten van de Rijksoverheid. Dit onderzoek geeft inzicht in veranderingen ten aanzien van:

- welke tabaks- en nicotineproducten er aangeboden worden in Nederland
- welke typen verkooppunten welke soorten tabaks- en nicotineproducten aanbieden
- de ontwikkeling en aanbod van nieuwe tabaks- en nicotineproducten

Dit onderzoek richt zich op het aanbod van producten bij verschillende verkooppunten. We onderzoeken niet of

verkooppunten zich wel of niet aan wetgeving houden. We kijken dus niet naar de naleving van de leeftijdsgrens, het reclameverbod, het uitstalverbod of andere aspecten rondom handhaving. We delen geen gegevens over individuele verkooppunten met derden. Meer informatie over de handhaving van de Tabakswet is te vinden op [de website](#) van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit.

EERDER ONDERZOEK

Uit eerder onderzoek uit het buitenland weten we dat het verminderen van het aantal verkooppunten kan helpen het gebruik van tabak te doen dalen, vooral onder jongvolwassenen.^{4,5} In Nederland kopen mensen die roken hun tabak het meest in supermarkten (73%), bij tankstations (37%), in tabaksspeciaalzaken (30%) en gemakswinkels (13%).^{6,7} Zij kopen hun tabak bijna nooit online (<1%).

In Nederland hebben SEO Economisch Onderzoek en onderzoeksbureau IVO in opdracht van het ministerie van VWS twee verkenningen gedaan naar mogelijke effecten van het verminderen van de tabaksverkooppunten in Nederland. Een eerste verkenning bracht het aantal verkooppunten in Nederland in kaart.⁸ In 2019 waren er in Nederland naar schatting 6400 supermarkten, 2100 tankstations, 1600 tabaks- en gemakszaken (incl. tabaksspeciaalzaken) die tabak verkochten. Deze verkooppunten waren verschillend verspreid door Nederland: in het westen van het land waren relatief veel supermarkten en tabaks- en gemakszaken, terwijl in het oosten van het land relatief veel tankstations zijn.

In een tweede verkenning brachten SEO en IVO in kaart wat de gevolgen zouden kunnen zijn van maatregelen die het aantal verkooppunten zouden verminderen.⁹ Zij concludeerden dat het beperken van de verkoop van tabak tot speciaalzaken tot het faillissement van mogelijk 500 supermarkten zal leiden. Hier stond tegenover dat naar schatting 65.000 tot 130.000 mensen zouden stoppen met roken. De auteurs van de verkenning gaven aan dat deze uitkomsten met grote onzekerheid zijn omgeven.

THEMA'S BINNEN HET PERIODIEK ONDERZOEK TABAKSAANBOD VERKOOPPUNTEN

Aanbod sigaretten en shag

We onderzoeken de totale omvang van het assortiment van sigaretten en shag in verkooppunten en kijken daarbij ook naar het aanbod van specifieke merken (zie methoden). Daarnaast onderzoeken we het aanbod van andere nicotineproducten. In Nederland zijn immers grote zorgen om de opkomst van elektronische sigaretten (vapes) en het gebruik hiervan onder jongeren.^{10,11} Ook het gebruik van nicotinezakjes, cigarillo's en verhitte tabak zou in de toekomst verder kunnen toenemen.¹² Daarom monitoren we ook het aanbod van deze producten.

Prijs van tabak

Voor veel mensen die roken speelt de prijs een belangrijke rol bij het kopen van tabak en bij de keuze voor welke tabak zij kopen. Een gevolg van accijnsverhogingen is dat sommige

mensen die roken op zoek gaan naar goedkopere producten. Nederlands onderzoek laat zien dat 19% van de rokers *prijminimaliserende strategieën* toepast om hun uitgaven aan tabak te minderen.¹³ Zij kopen bijvoorbeeld grote verpakkingen sigaretten of shag, of goedkopere merken. Fabrikanten en verkopers spelen hierop in door hun aanbod aan te passen met meer goedkopere alternatieven. Dit onderzoek tracht deze veranderingen in kaart te brengen. We vragen bijvoorbeeld wat het goedkoopste en duurste product is dat verkooppunten verkopen. Zo krijgen we een beeld van de range van prijzen in verschillende typen verkooppunten. Daarnaast vragen we naar de prijs van het meest verkochte product om een beeld te krijgen van waar het meest verkochte product zich in het aanbod bevindt.

Smaakaccessoires

Ondanks het verbod op smaakjes (sinds 2017) en menthol (2020) in tabaksproducten, blijft het voor gebruikers mogelijk om tabak met een smaakje te gebruiken. Er zijn producten op de markt waarmee mensen die roken zelf smaakjes kunnen toevoegen. Een inventarisatie van het RIVM uit 2022 liet zien dat 16% van de rokers weleens een dergelijk product heeft gebruikt en dat 9% dit nu nog doet.¹⁴ De meest gebruikte producten zijn filterhulzen, smaakballetjes en druppels.¹⁴ Meer dan driekwart van de gebruikers van smaakaccessoires kiest voor menthol of mintsmaak.¹⁴ De populariteit van juist deze smaken kan verklaard worden door de effectiviteit van het Europese verbod op mentholsmaken in tabaksproducten.¹⁵ Nadat in 2020 dit verbod inging, nam in Nederland de smokkel van mentholsigaretten niet toe.¹⁵ Hoewel ongeveer 70% van de rokers van mentholsigaretten een jaar na invoering was overgestapt op sigaretten zonder mentholmaak, nam het gebruik van smaakaccessoires binnen deze groep in datzelfde jaar toe.¹⁵

Met dit onderzoek willen we meer inzicht krijgen in het aanbod van smaakaccessoires en willen we eventuele nieuwe producten signaleren. Omdat dit soort producten jongeren zou kunnen verleiden om te (beginnen met) roken, heeft de Rijksoverheid aangekondigd smaakaccessoires op termijn te willen verbieden.² In België, Litouwen en Denemarken zijn deze al verboden.¹⁴

Schapindeling

We onderzochten in dit onderzoek of sigaretten en shag op alfabetische volgorde stonden in de schappen. Onderzoek in het buitenland heeft aangetoond dat fabrikanten afspraken maken met verkopers over de plek van hun tabaksproducten in het schap.¹⁶ De gedachte is dat producten die zichtbaarder zijn voor de klant, meer verkocht worden. Sinds de invoering van de **neutrale verpakkingen** in 2020 en het **uitstalverbod** in 2020 (supermarkten) en 2021 (overige verkooppunten behalve speciaalzaken), is de positie in het schap veel minder zichtbaar geworden voor klanten. Het is dus aannemelijk dat verkopers nu vaker zelf hun indeling bepalen en daarbij voor het gemak een alfabetische volgorde aanhouden. Dit hebben we in dit onderzoek éénmalig uitgevraagd voor sigaretten en shag. We zijn niet van plan dit elk jaar te monitoren.

De rol van stedelijkheid

In dit onderzoek verzamelen we gegevens in zowel hoogstedelijke en laagstedelijke gebieden (zie methoden). Dit is één manier waarop wij ervoor zorgen dat de groep verkooppunten in deze studie representatiever is voor de verkooppunten in Nederland. Stedelijkheid is daarnaast een belangrijke voorspeller binnen tabaksontmoediging. In Nederland is de rookprevalentie hoger in hoogstedelijke gebieden dan in laagstedelijke gebieden.¹⁷ Ook ervaren niet-rokers in hoogstedelijke gebieden vaker overlast van roken op straat.¹⁷ Nog ongepubliceerd onderzoek¹⁸ laat verder zien dat in Nederland rokers in hoogstedelijke gebieden hun tabak vaker in gemakswinkels en tabaksspeciaalzaken kopen. In laagstedelijke gebieden worden juist tankstations vaker genoemd.

VERMINDERING VAN VERKOOPPUNTEN DOOR REGELGEVING

De Rijksoverheid wil de komende jaren het aantal verkooppunten van tabak terugbrengen. Wanneer er minder verkooppunten zijn, wordt het moeilijker om tabak te kopen. Hierdoor beginnen met name jongeren minder vaak met roken.

In 2022 is de verkoop van tabak via tabaksautomaten al verboden. In 2023 is ook de verkoop online afgeschaft. Ook buitenlandse bedrijven mogen sinds dat moment geen tabak meer aanbieden voor de Nederlandse markt. Dit verbod is op 1 juli 2023 ingegaan.¹⁹

Op 1 juli 2024 zal de verkoop in supermarkten en horecagelegenheden worden verboden (zie [Kamerbrief](#)²). Hieronder vallen ook avondwinkels en minisupermarkten. De overheid wil dat na 2030 ook de verkoop van tabak in tankstations en gemakszaken wordt afgebouwd, zodat uiteindelijk, in 2032 de verkoop alleen nog is toegestaan in tabaksspeciaalzaken.

Ook voor elektronische sigaretten is de verkoop veranderd. De online verkoop van elektronische sigaretten (vapes) is in 2023 afgeschaft en vanaf 1 juli 2024 zal ook de verkoop in supermarkten afgeschaft worden. Daarnaast zal in 2025 de verkoop van elektronische sigaretten in zijn geheel beperkt gaan worden tot tabaksspeciaalzaken.

Meer weten? Bekijk dan de [speciale pagina](#) over de plannen op de site van de Rijksoverheid.

DATAVERZAMELING

Per jaar gaan we ongeveer 64 verkooppunten observeren, verspreid over acht gemeenten. Per landsdeel (zie Figuur 1) zijn willekeurig één hoogstedelijke en één laagstedelijke gemeente geselecteerd. De Waddeneilanden en de G4-gemeenten^a waren uitgesloten van deze selectie. De Waddeneilanden zijn uitgesloten wegens de bereikbaarheid. De G4-gemeenten zijn uitgesloten omdat naar verwachting het aantal tabaksverkooppunten niet representatief is voor de rest van Nederland, vanwege het hogere aantal kleine verkooppunten zoals souvenirwinkels en nachtwinkels.^b

In oktober 2022 hebben onderzoekers van het Trimbos-instituut in de acht gemeenten 98 verkooppunten van tabak bezocht. Bij 63 verkooppunten hebben we de volledige vragenlijst af kunnen nemen bij de baliemedewerker of verkoper die de onderzoekers in de winkel te woord stond. De overige 35 verkooppunten verkochten geen tabak (n = 2), hadden het te druk (n = 6), waren niet in deelname geïnteresseerd (n = 4), konden niet meedoen omdat er geen manager aanwezig was (n = 4), konden of mochten om een andere reden niet meedoen (n = 10), of gaven geen reden voor hun weigering (n = 9). Tabel A geeft een overzicht van de deelname per gemeente.

Figuur 1. De vier landsdelen van Nederland.



Deze vier landsdelen zijn gebaseerd op de NUTS-indeling. NUTS (Nomenclature of territorial units for statistics) is een indeling van geografische gebieden in de Europese Unie en wordt gebruikt voor statistische doeleinden.

Typen verkooppunten

In elke gemeente hebben we minimaal 8 verkooppunten bezocht, waarvan minimaal 3 supermarkten, minimaal 2 tankstations en minimaal 2 gemakswinkels of tabaksspecialzaken (zie kader). Wanneer er binnen een gemeente niet voldoende verkooppunten met deze kenmerken aanwezig waren of niet voldoende verkooppunten mee konden doen, weken we uit naar de dichtstbijzijnde gemeente met hetzelfde niveau van stedelijkheid (dus hoog- of laagstedelijk). Wanneer er ook daar onvoldoende verkooppunten mee konden doen, zijn we niet verder gegaan met data verzamelen. In sommige gemeenten verliep de dataverzameling dusdanig voorspoedig dat we daar in overleg met de statisticus extra verkooppunten hebben bezocht. Op deze manier zorgden we ervoor dat de totale groep groot genoeg was om analyses op uit te kunnen voeren.



Tabel A. Bezochte en deelnemende verkooppunten.

Deelname?	Gemeente								Totaal
	A	B	C	D	E	F	G	H	
	Laagstedelijk	Hoogstedelijk	Laagstedelijk	Hoogstedelijk	Laagstedelijk	Hoogstedelijk	Laagstedelijk	Hoogstedelijk	
	Noord	Noord	Oost	Oost	West	West	Zuid	Zuid	
Ja	5 (63%)	6 (55%)	9 (69%)	10 (71%)	8 (53%)	8 (53%)	8 (80%)	9 (75%)	63
Nee	3 (38%)	5 (45%)	4 (31%)	4 (29%)	7 (47%)	7 (47%)	2 (20%)	3 (25%)	35
	8	11	13	14	15	15	10	12	98

Noot: Deze tabel laat per gemeente zien hoeveel verkooppunten we hebben bezocht en bij hoeveel we er daarvan de vragenlijst hebben afgenomen (deelname). We hebben de gemeenten geanonimiseerd.

a Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht.

b Een studie naar verkooppunten in Amsterdam, Eindhoven, Haarlem en Zwolle vond dat het aantal verkooppunten in Amsterdam (587) vele malen hoger was dan in de andere (middel)grote steden (131, 82, en 72, respectievelijk).²⁴

WELKE TYPE VERKOOPPUNTEN VAN TABAK ZIJN ER?

In Nederland staat het de meeste winkeliers vrij tabak te verkopen. Er zijn dan ook erg veel verschillende soorten verkooppunten waar tabak wordt verkocht. Verkooppunten moeten zich aan de regels houden die in de Tabakswet en Rookwarenwet zijn vastgelegd. Zo mag de tabak niet in het zicht liggen, is elke vorm van reclame of promotie verboden en mag tabak niet worden verkocht aan minderjarigen. Op een beperkt aantal plaatsen, zoals in scholen en ziekenhuizen mag tabak niet verkocht worden. De meeste tabak wordt in Nederland verkocht via **supermarkten**, maar ook de meeste **bemande tankstations** verkopen tabak. Het aanbod in tankstations is doorgaans wat beperkter dan in supermarkten of andere verkooppunten.

Gemakswinkels (ook wel: tijdschriftenwinkels) zijn winkels die o.a. boeken, tijdschriften, kaarten en postzegels verkopen. Ze fungeren daarnaast vaak als distributiepunt van postpakketen. Hoewel gemakswinkels een groot deel van hun omzet uit tabaksproducten halen, zijn zij doorgaans geen tabaksspecialzaak.

In Nederland zijn er twee groepen **tabaksspecialzaken**. De eerste groep verkoopt alleen rookwaren, rookaccessoires, loten en dagbladen. De andere groep tabaksspecialzaken heeft een jaaromzet van maximaal € 700.000,- waarvan minimaal 75% komt uit rookwaren.

In een tabaksspecialzaak mag de winkelier tabaksproducten achter de balie laten zien en mag er onder voorwaarden reclame gemaakt worden voor tabak. Bij elke reclame-uiting moet een gezondheidswaarschuwing getoond worden. Ook mag de reclame niet suggereren dat een product gezond is. De reclame en de producten mogen daarnaast niet zichtbaar zijn van buiten de winkel. Veel tabaksspecialzaken hebben daarom geblindeerde ingangen en ramen. Sommige tabaksspecialzaken richten zich voornamelijk op de verkoop van elektronische sigaretten (vapes) en hebben een relatief klein aanbod tabak. In dit onderzoek hebben we verkooppunten die uitsluitend elektronische sigaretten verkopen niet meegenomen.

Soms wordt tabak verkocht in **andere verkooppunten**, zoals toeristenwinkels, snackbars of avondwinkels. Dit is een relatief kleine groep verkooppunten die voornamelijk in grote steden te vinden zijn. Dit soort verkooppunten hebben we niet meegenomen in het onderzoek.

Het gesprek met de verkoper

Elk verkooppunt is bezocht door een team van twee onderzoekers van het Trimbos-instituut. Bij elk verkooppunt gebruikten we een vast script om onszelf en het onderzoek te introduceren. Vervolgens vroegen we expliciet toestemming voor deelname aan het onderzoek. Indien nodig lieten wij onze legitimatie of visitekaartje zien. Wanneer er in de loop van het interview klanten langs kwamen, lieten we die voorgaan. De antwoorden van verkoopmedewerkers noteerden we ter plaatse met behulp van een voor dit onderzoek ontwikkelde mobiele applicatie.

DE VRAGENLIJST

Bij het opstellen van de vragenlijst hebben we gebruik gemaakt van een eerder in het buitenland ontwikkelde **vragenlijst**: de *Standardized Tobacco Assessment for Retail Settings* (STARS). Deze vragenlijst is in 2013 en 2014 in de Verenigde Staten ontwikkeld voor onderzoek naar het tabaksaanbod en marketing in winkels. Het doel was om overheden te informeren over trends binnen tabaksontmoediging.²⁰ Onze Nederlandse vragenlijst is gebaseerd op het 'aanbod'-onderdeel van deze STARS vragenlijst. In bijlage I is deze Nederlandse vragenlijst te vinden.

Omvang assortiment sigaretten en shag

We hebben aan het begin van de vragenlijsten verkopers een schatting laten maken van het totaal aantal soorten pakjes sigaretten en shag dat zij aanbieden in de winkel. We vroegen hen om niet alleen de verschillende merken, maar ook de verschillende varianten en verpakkingseenheden mee te nemen. Omdat we bij het afnemen van de vragenlijst een beperkte tijd hadden en verkooppunten vaak wel meer dan honderd verschillende pakjes verkochten, bleef het bij een ruwe schatting door de verkoopmedewerker. Dit was met name het geval voor het aantal pakjes sigaretten. Het aantal pakjes shag was vaker precies te tellen. Deze schattingen geven een globaal beeld van de verhouding tussen het sigarettenaanbod en shagaanbod op verkooppunten. Ze zijn niet bedoeld om een precies beeld te geven van het aanbod in winkels. We hebben besloten om twee uitschieters van het assortiment aan sigaretten te verwijderen uit de dataset. Zij hadden onwaarschijnlijke waarden van 378 en 250 verschillende soorten sigarettapakjes.

Omvang assortiment 'discount' en 'premium' merken

Om het assortiment wat preciezer in kaart te brengen hebben we van twee merken sigaretten en twee merken shag uitgevraagd hoeveel verschillende pakjes er verkocht werden. Ook hier ging het om het totaal aantal varianten en verpakkingseenheden. Om te onderzoeken of de omvang van het assortiment verandert de komende jaren, hebben we voor zowel sigaretten als shag een *discount*- en een *premium*merk uitgevraagd. Een discountmerk richt zich meer op de prijsbewuste klant en een premium merk meer op klanten die vanwege de veronderstelde hogere kwaliteit bereid zijn meer te betalen. Op basis van een Nederlandse studie naar de prijzen van tabaksproducten (zie de bijlage bij **dit artikel**),²¹ hebben we vier merken geselecteerd.

Dit zijn sigarettenmerken John Player Special (discount) en Marlboro (premium) en shagmerken Pall Mall (discount) en Van Nelle (premium). Verkooppunten konden deze aantallen veel preciezer tellen dan het totale aanbod.

WAAROM ZIJN DISCOUNT EN PREMIUM MERKEN BELANGRIJK VOOR DE TABAKSINDUSTRIE?

Eerder onderzoek heeft laten zien dat de industrie het aanbod van zowel dure als goedkopere merken aanpast wanneer een overheid met accijnsverhogingen de prijs van pakjes verhoogt.²² De industrie introduceert bijvoorbeeld meer goedkopere varianten en meer verschillende verpakkingseenheden. Zo blijft er voldoende aanbod voor zowel de prijsbewuste klanten als de klanten die bereid zijn meer te betalen. Discount en premium merken kunnen dus onderdeel zijn van een strategie om effecten van accijnsverhogingen op tabaksconsumptie te dempen.

Meest verkochte, goedkoopste en duurste verpakking

Naast het aanbod willen we ook inzicht krijgen in de prijzen van tabaksproducten in de winkel. Bij elk verkooppunt dat we bezochten, vroegen we naar het goedkoopste en duurste pakje sigaretten en shag. Het ging hierbij om de verkoopprijs van het gehele pakje en niet om de prijs per sigaret of gram shag. Om een beeld te krijgen van de populairste producten, vroegen we ook welke sigaretten en shag het meest verkocht werden. Van het goedkoopste, duurste en meest verkochte sigarettenpakje en shagbuidel noteerden we het merk, de variant, de verpakkingseenheid en de prijs.

Soms was het niet goed mogelijk om de juiste prijs te noteren. De verkoopmedewerker wist bijvoorbeeld de prijs niet of had niet genoeg tijd om de prijs op te zoeken. Om die reden hebben we sommigen prijzen in de verzamelde dataset gecorrigeerd. Hoe we dat precies gedaan hebben, is te lezen in Bijlage III. We hebben gekozen voor een methode waarmee we ook de komende jaren op dezelfde manier de prijzen kunnen aanpassen.

DE PRIJS VAN TABAKSPRODUCTEN

Hoewel de overheid bepaalt hoeveel belastingen geheven worden over tabaksproducten, bepaalt de fabrikant wat de verkoopprijs is. De verkoopprijs is de prijs die op de accijnszegel komt te staan en verkopers mogen het tabaksproduct alleen maar voor deze prijs verkopen. Hierdoor is de prijs van een tabaksproduct in heel Nederland hetzelfde. Wanneer een fabrikant de prijs van een product verhoogt of verlaagt, mogen verkopers echter nog wel **vier weken lang** pakjes met de oude prijzen verkopen. Na een accijnsverhoging is dit **twee maanden**.

Andere tabaks- en nicotineproducten

Nadat we het aanbod van sigaretten en shag hebben uitgevraagd, hebben we verkopers gevraagd of zij nog andere tabaks- en nicotineproducten verkochten, waaronder e-sigaretten. Dit helpt ons om trends in het aanbod van opkomende producten te signaleren.

Smaakaccessoires

Aan het einde van de vragenlijst inventariseerden we het aanbod van producten die de smaak van tabaksproducten kunnen veranderen. Deze producten worden ook wel smaakaccessoires genoemd. We hebben bij het opstellen van de vraag gebruik gemaakt van de eerdere inventarisatie van het RIVM.¹⁴ In Bijlage II zijn de smaakaccessoires te vinden die wij in de voorbereiding en tijdens de dataverzameling zijn tegengekomen.

Schapindeling

We onderzochten of sigaretten en shag op alfabetische volgorde stonden in de schappen. We hebben dit niet altijd expliciet gevraagd aan de verkoopmedewerker, maar hebben dit soms zelf vastgesteld.

ANALYSE

Na de dataverzameling hebben we de gerapporteerde sigarettenpakjes en pakjes shag gestandaardiseerde namen gegeven. We zagen ook dat er verschillende prijzen voor dezelfde producten in omloop waren. We hebben daarom de prijzen van de producten kritisch beoordeeld en waar nodig aangepast (zie het kader hieronder, het kader in de methodensectie en Bijlage III). De analyses hebben we vervolgens uitgevoerd met SPSS versie 27.

RAPPORTAGE

We vinden het belangrijk dat de privacy van de verkooppunten en geïnterviewde medewerkers gewaarborgd blijft. Daarom beschrijven we in deze rapportage de gevonden resultaten alleen op groepsniveau. We presenteren dus geen resultaten van individuele winkels. Resultaten op winkelniveau worden ook niet met anderen gedeeld.

DE VERKOOPPUNTEN IN ONS ONDERZOEK

In totaal hebben we bij 63 verkooppunten de volledige vragenlijst afgenomen. Dit waren 28 supermarkten, 17 gemakswinkels, 12 tankstations en 6 tabaksspeciaalzaken.

OMVANG ASSORTIMENT SIGARETTEN EN SHAG PAKJES

Figuur 2 laat zien hoeveel verschillende pakjes sigaretten en shag (dat wil zeggen: pakjes die uniek zijn in hun merk, variant of verpakkingseenheid) de deelnemende verkooppunten in hun assortiment hadden.

Sigaretten:

- Gemiddeld had een verkooppunt 86 verschillende sigarettenpakjes in het assortiment.
- Het kleinste aanbod dat we zijn tegengekomen was 17 sigarettenpakjes en het grootste was 180 pakjes. De meeste verkooppunten rapporteerden een aanbod tussen de 40 en 60 of tussen de 80 en 100 verschillende pakjes.

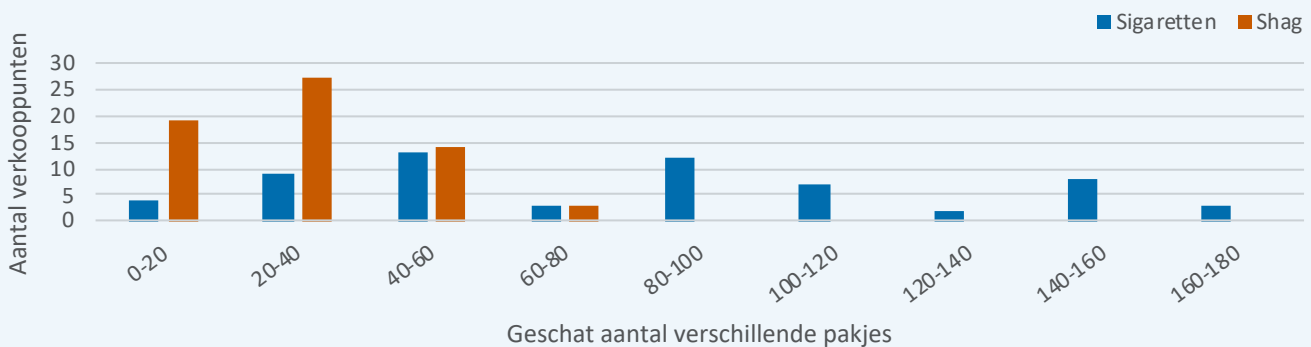
Shag:

- Gemiddeld had een verkooppunt 32 verschillende shag pakjes in het assortiment. Het gemiddelde aantal verschillende pakjes shag lag daarmee significant lager dan het gemiddelde aantal verschillende sigarettenpakjes.
- Ook de spreiding van de omvang van het assortiment aan pakjes shag dat bij verkooppunten werd aangeboden lag veel lager dan het aantal verschillende sigarettenpakjes. Het kleinste aanbod aan shag dat we zijn tegengekomen bestond uit 2 pakjes, het grootste aanbod bestond uit 66 pakjes. De meeste verkooppunten hadden tussen de 20 en 40 verschillende soorten shagpakjes in het assortiment.

Type verkooppunt: Er waren geen duidelijke verschillen tussen typen verkooppunten wat betreft de omvang van het assortiment van pakjes sigaretten of shag.



Figuur 2. Wat was de omvang van het assortiment van pakjes sigaretten en shag bij de deelnemende verkooppunten? (sigaretten: n = 63)



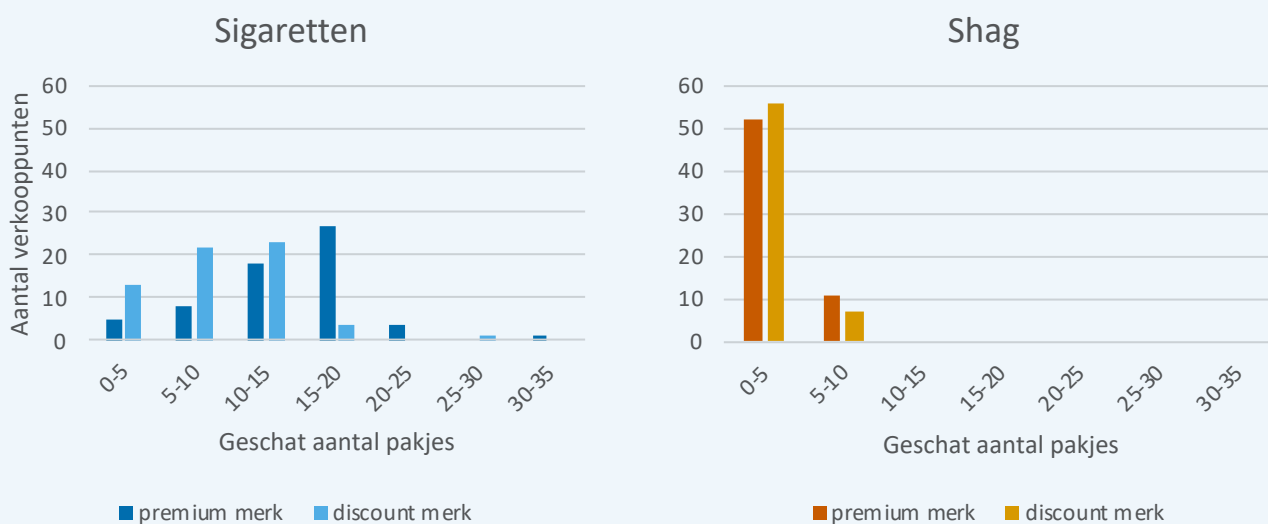
Noot: Omdat we twee uitschieters hebben verwijderd van het assortiment sigarettenpakjes, hebben we in deze grafiek voor sigaretten 61 verkooppunten meegenomen. Voor shag zijn dat er 63.

Naast het totale aanbod, hebben we ook het aanbod uitgevraagd voor één premium en één discount merk van zowel sigaretten als shag, zie toelichting in de onderzoeksmethoden. In Figuur 3 is weergegeven wat de omvang van het assortiment van deze vier merken is bij de deelnemende verkooppunten.

- **Sigaretten:** Van het geselecteerde premium merk sigaretten (Marlboro) werden aanzienlijk meer varianten aangeboden dan van het discount merk sigaretten (John Player Special). Gemiddeld hadden verkooppunten 15 varianten Marlboro en 10 varianten John Player Special in hun assortiment.
- **Shag:** Bij shag zat er geen verschil tussen het gemiddelde aanbod van het premium en discount merk. Gemiddeld hadden verkooppunten 4 varianten het premium merk shag (Van Nelle) en 4 varianten van het discount merk shag (Pall Mall) in het assortiment.
- **Type verkooppunt:** Er waren geen significante verschillen tussen de types verkooppunten en de omvang van hun aanbod van de geselecteerde premium en discount merken.



Figuur 3. Wat was de omvang van het assortiment van de geselecteerde premium en discount merken sigaretten en shag bij de deelnemende verkooppunten? (n = 63)



VOLGORDE VAN TABAKSPRODUCTEN IN HET SCHAP

Bij 30% van de verkooppunten stonden de sigarettenpakjes op alfabetische volgorde en bij 24% stonden de pakjes shag op alfabetische volgorde. Sommige verkopers gaven aan dat ze de volgorde zelf bepalen en dat ze de pakjes die veel verkocht worden dichtbij de verkoper in het schap plaatsen. Een verkoper van een gemakswinkel gaf aan dat ze de volgorde voor het schap krijgen doorgestuurd van de leverancier.

Verder viel op dat er verschillende manieren zijn om tabak uit het zicht te houden. In de verkooppunten die wij bezochten kwamen we onder andere kasten met schuifdeuren, kasten met flappen en lades tegen waarachter of waarin de rookwaren lagen.

GOEDKOOPSTE, MEEST VERKOCHTE EN DUURSTE PAKJE

Figuur 4 toont de spreiding van de prijzen van het goedkoopste, het meest verkochte en het duurste pakje sigaretten en shag van elk van de deelnemende verkooppunten. In de tekst staat beschreven hoeveel sigaretten of shag deze pakjes bevatten (ofwel, de verpakkingseenheid), en of er verschillen waren tussen de verschillende typen verkooppunten.

Sigaretten

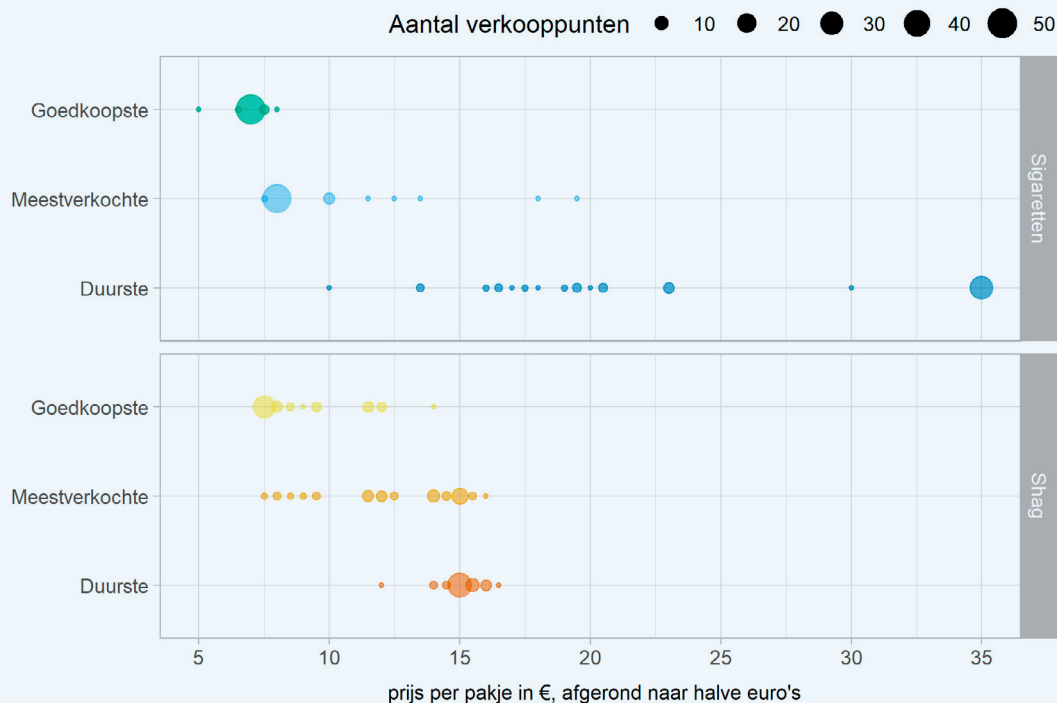
- De prijs van het **goedkoopste** pakje sigaretten lag bij alle typen verkooppunten rond €7 per pakje. In alle gevallen was dit een pakje sigaretten van 20 stuks.
- De prijs van het **meest verkochte** pakje sigaretten lag met ongeveer €8 redelijk dicht bij de prijs van het goedkoopste pakje sigaretten. Het meest verkochte pakje was veelal een pakje van 20 stuks, met uitschieters tot 60 sigaretten. De prijzen van dit pakje verschilde verder nauwelijks tussen typen verkooppunten. Waarschijnlijk komt dit doordat in bijna 70% van de verkooppunten hetzelfde pakje sigaretten het meest verkocht was (zie Tabel B).
- Er werden ook pakjes aangeboden die een veel hoger prijsniveau hadden, deels vanwege het grotere aantal

sigaretten in het pakje (35 tot 100 sigaretten). De prijs van het **duurste** pakje sigaretten varieerde veel tussen de ondervraagde verkooppunten: een pakje van €35,00 werd regelmatig aangeboden (zie ook Tabel B). In verkooppunten die dit pakje niet aanboden, lag de prijs van het duurste pakje sigaretten veelal tussen €16,00 en €23,00.

Shag

- De prijs van het **goedkoopste** pakje shag varieerde veel tussen de ondervraagde verkooppunten, en lag tussen de €7,30 en €14,20. Bij het merendeel van de ondervraagde verkooppunten lag de prijs rond €8 per pakje shag. Deze pakjes varieerden van 30 tot 50 gram.
- De prijs van het **meest verkochte** pakje shag was breed verdeeld tussen de ondervraagde verkooppunten en lag tussen de €7,50 en €15,80 per pakje shag. Deze pakjes bevatten 30 tot 60 gram shag, maar veelal 50 gram. Hoewel de verschillende typen verkooppunten significant verschillende pakjes als meest verkochte pakje opgaven, waren de prijzen niet significant verschillend. De prijs van het meest verkochte pakje shag lag vaker verder van de prijs van het goedkoopste pakje shag ten opzichte van de verhoudingen bij pakjes sigaretten.

Figuur 4. Wat was de prijs van het goedkoopste, het meest verkochte en het duurste pakje sigaretten en shag in de deelnemende verkooppunten? (n = 57 tot 62)






Noot: Alle beschikbare prijzen zijn meegenomen in de figuur. Bij 51 van de 63 verkooppunten waren de prijzen beschikbaar van de zes gevraagde pakjes. Van 8 verkooppunten was 1 prijs niet beschikbaar, van 2 verkooppunten 2 prijzen en van 1 verkooppunt 3 prijzen. De ontbrekende prijzen waren in de meeste gevallen van pakjes shag (14 t.o.v. 3 bij sigaretten).

- De prijs van het **duurste** pakje shag lag bij alle typen verkooppunten juist redelijk gelijk, rond €15 per pakje shag. Deze pakjes waren 50 of 60 gram. Ook dit kan

verklaard worden doordat veel verkooppunten een specifiek pakje aanboden dat in veel verkooppunten het duurste pakje was, zie Tabel B.

Tabel B. Welk pakje was het vaakst het goedkoopste, het meest verkochte, en het duurste pakje in de deelnemende verkooppunten (n = 63)?

	Goedkoopste 	Meest verkochte 	Duurste 
Sigaretten	Pall Mall Red 20 stuks €6,80 - €6,90 In 43% van de verkooppunten	Marlboro Red 20 stuks €8,00 - €8,20 In 67% van de verkooppunten	Camel Yellow 100 stuks €35,00 In 45% van de verkooppunten
Shag	JPS Zwaar 30 gram €7,30 - €7,70 In 20% van de verkooppunten	Van Nelle Zwaar 50 gram €15,00 - €15,80 In 28% van de verkooppunten	Van Nelle Zwaar 50 gram €15,00 - €15,80 In 65% van de verkooppunten

PRIJSVERSCHILLEN IN VERKOOPPUNTEN EN ONLINE

Om een volledig beeld te krijgen van de prijzen van sigaretten en shag hebben we binnen twee weken na de dataverzameling ook online de prijzen van de tabaksproducten bij verschillende webwinkels verzameld. Op die manier konden we online prijzen vergelijken met de in de verkooppunten gevonden prijzen. Omdat dit de laatste meting is dat online prijzen beschikbaar zijn (zie kader in de inleiding) is dit een eenmalige kans geweest om ook online data te verzamelen.

Voor sigaretten kwamen deze prijzen grotendeels overeen met de prijzen die we online vonden, maar voor shag vonden we van sommige merken voor dezelfde variant en gewicht een verschil in prijs tussen de onlineprijs en de winkelprijs. Als we meer dan 3 keer eenzelfde andere prijs voor hetzelfde pakje tegenkwamen hebben we dit gerapporteerd (Tabel C).

Tabel C. Gerapporteerde prijsverschillen tussen online- en winkelprijzen voor shagpakjes.

Merk	Gram	Onlineprijs*	Winkelprijs	Aantal keer gerapporteerd**
Van Nelle zwaar	50	€15,40	€15,10	37
			€15,00	5
Drum original	50	€14,20	€13,90	7
	60	€16,60	€16,20	4
JPS Zwaar	60	€15,00	€16,60	4

* De onlineprijzen zijn binnen 2 weken naar het einde van de dataverzameling opgezocht.

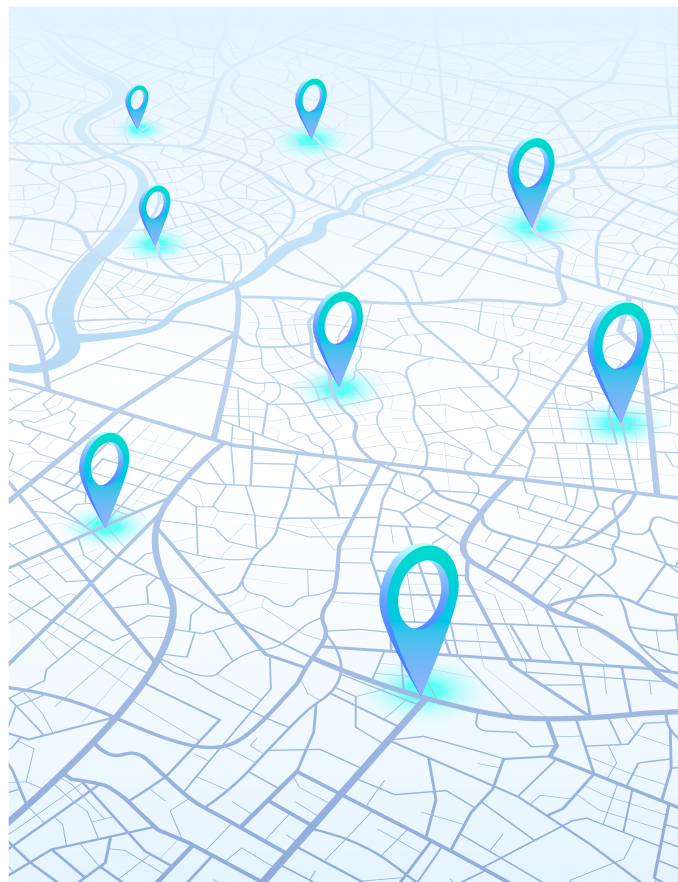
** Dit is het aantal keer dat wij deze prijs in de studie zijn tegengekomen in verkooppunten.

AANBOD ANDERE TABAKS- EN NICOTINEHOUDENDE PRODUCTEN

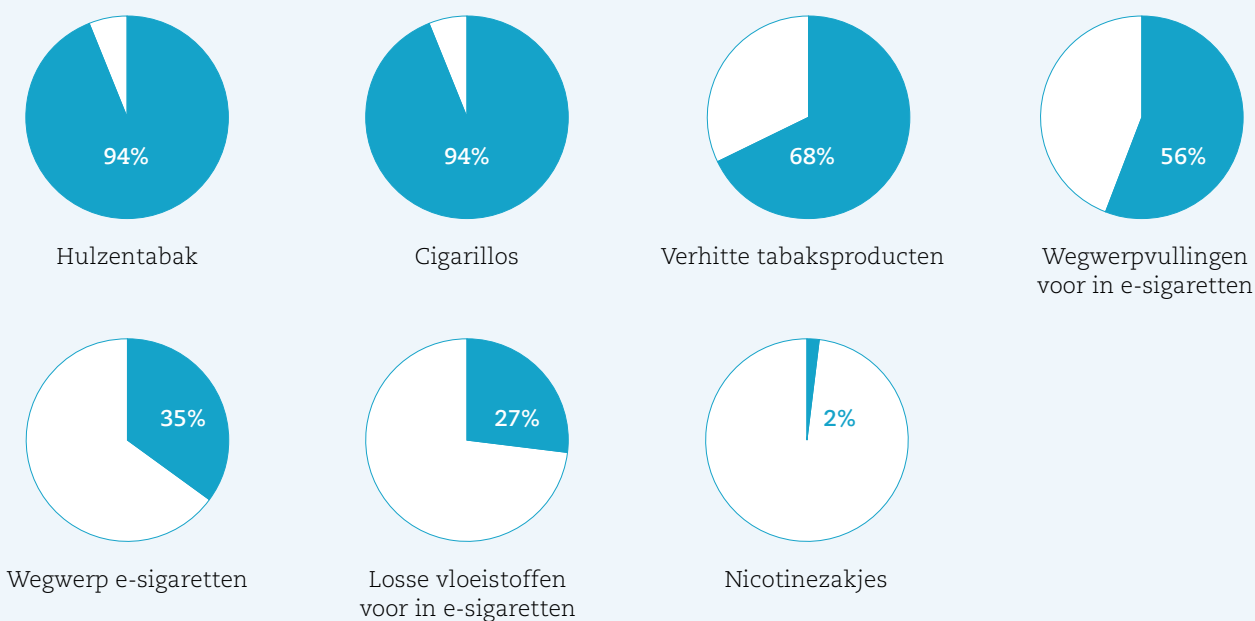
Naast sigaretten en shag werden er meestal ook andere tabaks- en nicotinehoudende producten aangeboden (zie Figuur 5). De meeste verkooppunten hadden hulzentabak en cigarillo's in het assortiment. Ook verhitte tabak (zoals 'Heets') had meer dan twee derde van de verkooppunten in het assortiment. Meer dan de helft van de verkooppunten bood wegwerpvullingen voor e-sigaretten aan en een derde van de verkooppunten had wegwerp e-sigaretten in het assortiment.

Type verkooppunt: Of en welke producten werden aangeboden, verschilde per type verkooppunt:

- Gemakswinkels en tabaksspeciaalzaken hadden wegwerp e-sigaretten en losse vloeistoffen voor e-sigaretten vaker in het assortiment dan supermarkten en tankstations. Zo hadden bijna alle tabaksspeciaalzaken (5 van de 6) wegwerp e-sigaretten en losse vloeistoffen voor e-sigaretten in het assortiment. Een groot deel van de ondervraagde gemakswinkels bood wegwerp e-sigaretten (13 van de 17) en losse vloeistoffen voor e-sigaretten (9 van de 17) aan. Slechts enkele ondervraagde supermarkten (3 van de 28) en tankstations (1 van de 12) hadden wegwerp e-sigaretten in het assortiment. Dit was ook het geval voor losse vloeistoffen voor e-sigaretten, 1 van de 18 supermarkten en 2 van de 12 tankstations had dit in het assortiment.
- Voor de andere producten vonden we geen significante verschillen tussen de typen verkooppunten.



Figuur 5. Welke andere tabaks- en nicotinehoudende producten werden in de verkooppunten aangeboden? (n = 63)



AANBOD SMAAKACCESSOIRES

Uitgevraagde smaakaccessoires

Bijna driekwart van de ondervraagde verkooppunten bood minstens 1 van de uitgevraagde smaakaccessoires aan, zie Figuur 6. Filters met een smaak werden het vaakst aangeboden.

Type verkooppunt: Of deze smaakaccessoires werden aangeboden, en hoeveel soorten accessoires zij aanboden, verschilde per type verkooppunt:

- Alle ondervraagde gemakszaken en tabaksspeciaalzaken hadden minstens één van de gevraagde smaakaccessoires in hun assortiment. Bij supermarkten en tankstations was dit slechts in iets meer dan de helft van de verkooppunten het geval (12 van de 16 supermarkten, 7 van de 12 tankstations).
- Ook hadden tabaksspeciaalzaken vaak het breedste aanbod aan smaakaccessoires: de ondervraagde tabakszaken boden gemiddeld 3,3 van de 4 gevraagde smaakaccessoires aan. Supermarkten boden gemiddeld de minste smaakaccessoires aan (gemiddeld 0,7 smaakaccessoires).

Andere smaakaccessoires

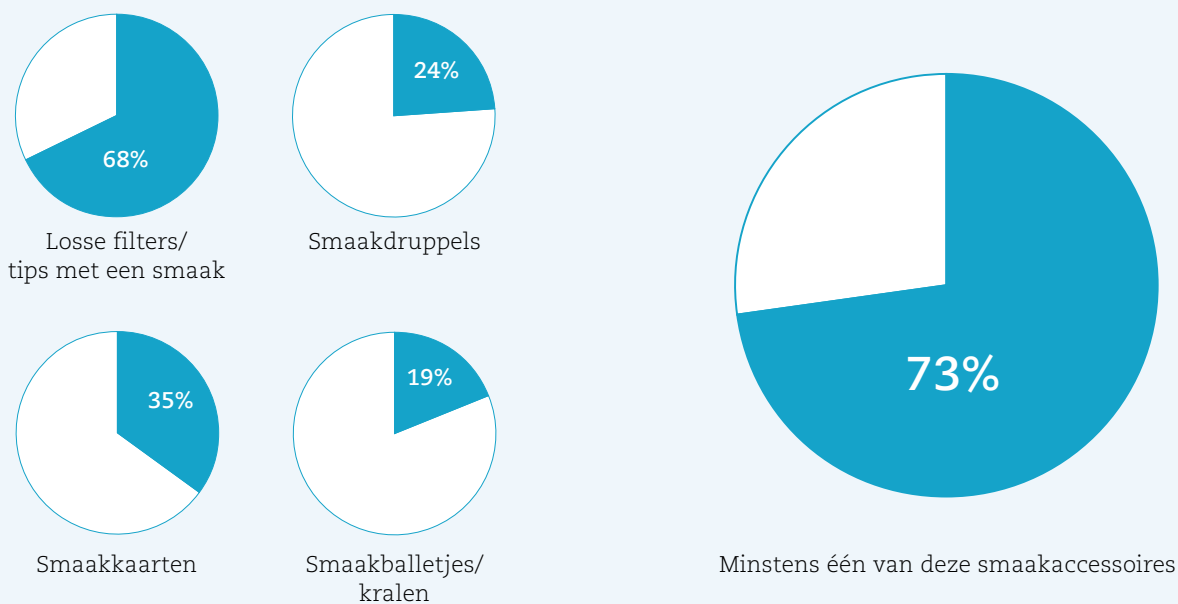
Naast de bovenstaande smaakaccessoires, boden verkooppunten ook andere smaakaccessoires aan. Meer dan 30% van de ondervraagde verkooppunten bood filterhulzen aan met een (menthol)smaak (al dan niet middels een balletje), en enkele verkooppunten boden ook andere producten aan, namelijk smaakstiften/-sprays, vloeipapier met een smaak, of geruistenen/-sticks (zie Bijlage II voor foto's).

STEDELIJKHEID

Van de bezochte winkels bevonden zich 30 winkels in laagstedelijke gemeenten en 33 winkels in hoogstedelijke gemeenten. Er waren geen duidelijke verschillen tussen hoog- en laagstedelijke gebieden wat betreft de meerderheid van de hierboven besproken thema's. Wel waren er enkele verschillen te observeren tussen hoog- en laagstedelijke gebieden wat betreft de meest verkochte en duurste pakjes shag:

- **Meest verkochte pakje shag:** In laagstedelijke gebieden werd Van Nelle Zwaar 50 gram vaker het meest verkocht (40,0% t.o.v. 15,2%). In hoogstedelijke gebieden kwamen echter juist een reeks verschillende pakjes naar voren als meest verkochte die niet genoemd waren in laagstedelijke gebieden. De prijs van het meest verkochte pakje lag daarmee vaak lager in hoogstedelijke gebieden (gemiddeld €11,52 t.o.v. €13,89, significant), maar er was daar ook meer variatie in de prijs van het meest verkochte pakje.
- **Duurste pakje shag:** Ook het duurste pakje varieerde in hoogstedelijke gebieden meer dan in laagstedelijke gebieden. In laagstedelijke gebieden was Van Nelle Zwaar 50 gram (70,0%) met name het duurste pakje dat verkooppunten aanboden. In hoogstedelijke gebieden was deze ook vaak het duurste pakje dat zij aanboden (54,5%), maar kwamen eveneens pakjes naar voren die in laagstedelijke gebieden niet genoemd waren, zoals JPS Zwaar van 60 gram (15,2%). De prijs van het duurste pakje was in hoogstedelijke gebieden gemiddeld lager dan in laagstedelijke gebieden (€14,96 t.o.v. €15,33, significant).

Figuur 6. Hoeveel van de ondervraagde verkooppunten boden de specifiek uitgevraagde smaakaccessoires aan? (n = 63)



CONCLUSIE

Deze eerste editie van het Periodiek Onderzoek Tabaksaanbod Verkooppunten geeft inzicht in het aanbod van tabak in verkooppunten in Nederland in 2022. Het totale aanbod van sigaretten lijkt twee keer zo breed te zijn als het aanbod in shag. De prijzen van pakjes lopen daarnaast in beide categorieën sterk uiteen. Dit laat zien dat er een ruim aanbod is van sigaretten en shag in verkooppunten in Nederland.

Ook het aanbod van andere soorten tabaks- en nicotineproducten is substantieel. Hulzentabak en cigarillo's zijn op vrijwel elk tabaksverkooppunt beschikbaar. Daarnaast wordt ook verhitte tabak (ondanks het lage aantal gebruikers^{3,23}) in een ruime meerderheid van de verkooppunten aangeboden. Elektronische sigaretten lijken vooral aangeboden te worden in speciaalzaken en gemakswinkels. Zij zijn minder te vinden in supermarkten en tankstations.

Tot slot zien we dat bijna driekwart van de verkooppunten tenminste één smaakaccessoire voor tabaksproducten aanbiedt. Het is opmerkelijk dat er een aanzienlijk aanbod is van deze accessoires, gezien er een verbod is op smaken en kenmerkende aroma's in sigaretten en shag. In 2024 is er een verbod op elektronische sigaretten met smaakjes ingegaan. Mogelijk zullen voor deze e-sigaretten soortgelijke accessoires beschikbaar komen. In deze editie van dit onderzoek hebben we niet expliciet gevraagd naar deze accessoires voor e-sigaretten, maar ook bij brede uitvraag hebben verkopers deze niet genoemd.

Al met al kunnen we vaststellen dat het aanbod van tabaksproducten en smaakaccessoires in verkooppunten substantieel is. Er zijn in de afgelopen decennia door de overheid veel tabaksontmoedigende maatregelen ingezet om de zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van tabaksproducten te verminderen. Desalniettemin liggen er ook op het terrein van het aanbod van tabak nog kansen om het gebruik van tabak verder te ontmoedigen in Nederland.



VERWIJZINGEN

1. Tweede Kamer der Staten-Generaal. *Verminderen van Het Aantal Verkooppunten van Tabaks- En Aanverwante Producten.*; 2020:TK 1780985-214150-VGP.
2. Tweede Kamer der Staten-Generaal. *Op Weg Naar de Rookvrije Generatie.*; 2022:3475282-1040462-VGP.
3. Bommelé J, Willemsen M. *Kerncijfers Roken 2022*. Vol Af2090. Trimbos-instituut; 2023.
4. Reitzel LR, Cromley EK, Li Y, et al. The Effect of Tobacco Outlet Density and Proximity on Smoking Cessation. *Am J Public Health*. 2011;101(2):315-320. doi:10.2105/AJPH.2010.191676
5. Marsh L, Vaneckova P, Robertson L, et al. Association between density and proximity of tobacco retail outlets with smoking: A systematic review of youth studies. *Health Place*. 2021;67(July 2019):102275. doi:10.1016/j.healthplace.2019.102275
6. CBS, RIVM, Trimbos-instituut. *Aanvullende module Leefstijlmonitor (LSM-A Midden)*. Published online 2020.
7. De Hollander E, Hupkens C, Van Dorsselaar S, et al. De Leefstijlmonitor: Cijfers voor gezondheidsbeleid. *TSG - Tijdschr voor gezondheidswetenschappen*. 2022;100(3):98-106. doi:10.1007/s12508-022-00349-8
8. Kok L, Kroon L, Meerkerk G, Nagelhout G, Smits T, Willemsen M. *Beperken van Het Aantal Verkooppunten van Tabak [Reducing Tobacco Retail Outlets]*.; 2020.
9. Kok L, Nagelhout G, Poole N, Smits T. *Beperken Tabaksverkoop Tot Tabaksspecialzaken [Reducing Tobacco Sales to Tobacconists Only]*. SEO Economisch Onderzoek; 2021.
10. Martinelli T, Candel MJJM, Vries H De, et al. Exploring the gateway hypothesis of e- cigarettes and tobacco : a prospective replication study among adolescents in the Netherlands and Flanders. Published online 2023:170-178. doi:10.1136/tobaccocontrol-2021-056528
11. Pennings JLA, Havermans A, Krüsemann EJZ, et al. Reducing attractiveness of e- liquids : proposal for a restrictive list of tobacco- related flavourings. Published online 2023:1-7. doi:10.1136/tc-2022-057764
12. Havermans A, Pennings JLA, Hegger I, et al. Awareness, use and perceptions of cigarillos, heated tobacco products and nicotine pouches: A survey among Dutch adolescents and adults. *Drug Alcohol Depend*. 2021;229(PB):109136. doi:10.1016/j.drugalcdep.2021.109136
13. Geboers C, Candel MJJM, Nagelhout GE, et al. Smokers' strategies to reduce tobacco spending: self-reported use and differences across subgroups. Findings from the International Tobacco Control (ITC) Netherlands Survey. *BMC Public Health*. 2023;23(1):738. doi:10.1186/s12889-023-15678-9
14. Pauwels C, Havermans A, Klerx WNM, van Nierop L, Hegger I, Talhout R. *Tabaksaccessoires. Producten die tabak aantrekkelijk maken*. Published online 2022. doi:10.21945/RIVM-2021-0091
15. Kyriakos CN, Driezen P, Fong GT, et al. Illicit purchasing and use of flavour accessories after the European Union menthol cigarette ban: findings from the 2020–21 ITC Netherlands Surveys. *Eur J Public Health*. Published online April 17, 2023:1-8. doi:10.1093/eurpub/ckado49
16. Reimold AE, Lee JGL, Ribisl KM. Tobacco company agreements with tobacco retailers for price discounts and prime placement of products and advertising: a scoping review. *Tob Control*. Published online 2022:1-10. doi:10.1136/tobaccocontrol-2021-057026
17. Bommelé J, Walters BH, Dorsselaer S Van, Willemsen MC. Outdoor smoking as a nuisance to non-smokers : The case for smoke-free outdoor public spaces in dense urban areas. *Tob Prev Cessat*. 2022;8(8):1-9. doi:10.18332/tpc/145502
18. Bommelé J, Geboers C, Walters BH, Willemsen M. Urban density and smokers' tobacco retailers use: geographical effects of reducing retailers in the Netherlands. *Unpublished*. Published online 2023.
19. Stb. 2023-141. *Besluit van 20 April 2023, Houdende de Wijziging van Het Tabaks- En Rookwarenbesluit in Verband Met Het Verbieden van de Verkoop van Tabaksproducten En Aanverwante Producten Op Afstand*. Den Haag: Rijksoverheid.
20. Henriksen L, Ribisl KM, Rogers T, et al. Standardized Tobacco Assessment for Retail Settings (STARS): dissemination and implementation research. *Tob Control*. 2016;25(Suppl 1):i67-174. doi:10.1136/tobaccocontrol-2016-053076
21. Geboers C, Nagelhout GE, de Vries H, et al. Price minimizing behaviours by smokers in Europe (2006–20): evidence from the International Tobacco Control Project. *Eur J Public Health*. 2022;2011:1-8. doi:10.1093/eurpub/ckac115
22. Sheikh ZD, Branston JR, Gilmore AB. Tobacco industry pricing strategies in response to excise tax policies: A systematic review. *Tob Control*. Published online 2021:239-250. doi:10.1136/tobaccocontrol-2021-056630
23. Van Aerde M, Willemsen M, Croes E. *Factsheet Verhitte tabak*. 2023;AF2081:1-14.
24. van Deelen TRD, Kunst AE, van den Putte B, Veldhuizen EM, Kuipers MAG. Ex ante evaluation of the impact of tobacco control policy measures aimed at the point of sale in the Netherlands. *Tob Control*. 2023;32(5):620-626. doi:10.1136/tobaccocontrol-2021-057205

ALGEMEEN

1. Datum en tijdstip:
2. Observatoren
3. Type verkooppunt: (supermarkt, tankstation, gemakzaak/tabaksspeciaalzaak/overig)
4. Naam & adres verkooppunt (incl. straatnaam):
5. Plaats:
6. Toestemming voor observatie (ja/nee)

SIGARETTEN

7. Hoeveel verschillende soorten pakjes sigaretten verkoopt u?
8. Hoeveel soorten **Marlboro** sigaretten verkoopt u?
9. Hoeveel soorten **John Player Special** sigaretten verkoopt u?
10. Welke pakje sigaretten verkoopt u het **meeste**?^c
11. Wat is het **duurste** pakje sigaretten dat u verkoopt? ^c
12. Wat is het **goedkoopste** pakje sigaretten dat u verkoopt? ^c
13. Staan de producten op alfabetische volgorde?

SHAG

14. Hoeveel verschillende soorten shagbuidels en -pakjes verkoopt u?
15. Hoeveel soorten **Van Nelle** shag verkoopt u?
16. Hoeveel soorten **Pall Mall** shag verkoopt u?
17. Welk pakje shag verkoopt u het **meeste**?^c
18. Wat is het **duurste** pakje shag dat u verkoopt? ^c
19. Wat is het **goedkoopste** pakje shag dat u verkoopt? ^c
20. Staan de producten op alfabetische volgorde?

ANDERE TABAKSPRODUCTEN

21. Verkoopt u de volgende producten?
 - a) Hulzentabak (potten of bussen)
 - b) Cigarillo's (te koop per 5 of 7 stuks)
 - c) Nicotinezakjes
 - d) E-sigaretten voor eenmalig gebruik (zoals: Salt en Elfbar)
 - e) Pods (wegwerpvullingen) voor in elektronische sigaretten (zoals: Vype en Blu)
 - f) Liquids (losse vloeistoffen) voor in elektronische sigaretten (zoals: Vampire)
 - g) Verhitte tabak (zoals: iQOS-navulling HEET)

SMAAKACCESSOIRES

22. Verkoopt u producten waarmee de smaak van tabak veranderd kan worden? (stellen als open vraag, eventueel daarna checken met onderstaande)
 - a) Smaakkaarten
 - b) Klikballetjes
 - c) (Menthol) druppels
 - d) Filters / tips met smaken
 - e) Anders, namelijk _____

EINDE/OPMERKINGEN

23. Eindvraag: zijn er nog opvallende dingen gebeurd de laatste tijd? Is er nog waar wij op moeten letten? Misschien nieuwe producten?

^c Bij de vragen over het meest verkochte, duurste en goedkoopste pakje sigaretten vroegen we naar merknaam, variant, aantal sigaretten in het pakje en de prijs van het pakje. Bij dezelfde vragen over shag vroegen we naar merknaam, variant, hoeveelheid in het pakje (in gram) en de prijs van de buidel.

BIJLAGE II - SMAAKACCESSOIRES

De volgende afbeeldingen bevatten de producten die de smaak van tabaksproducten veranderen. Deze zijn we in de voorbereiding op dit onderzoek en tijdens de dataverzameling tegengekomen. De meeste van deze producten zijn eerder door het RIVM beschreven in hun [rapport over smaakaccessoires](#).¹⁴



Afbeelding 1. Poreuze stick.
Een poreuze stick die men in het pakje plaatst waardoor sigaretten een andere smaak krijgen.



Afbeelding 2. Stift.
Stift waarmee men een smaak over de gehele lengte van de sigaret toevoegt.



Afbeelding 3. Spray.
Spray om mentholsmaak toe te voegen aan losse tabak.



Afbeelding 4. Druppels.
Mentholdruppels die men aan de sigaret kan toevoegen.



Afbeelding 5. Injectiespuit.
Injectiespuit waarmee men mentholvloeistof in het filter kan spuiten.



Afbeelding 6. Smaakkaarten.
Kaartjes die men in het pakje doet om sigaretten een andere smaak te geven.



Afbeelding 7. Smaakballetjes.
Balletjes die door het filter worden gedrukt en vervolgens een smaak afgeven.



Afbeelding 8. Cannabisvloeï.
Vloeï die een cannabissmaak zou geven aan een sjekkie.

In dit onderzoek hebben we gevraagd naar de prijzen van het duurste, het goedkoopste en het meest verkochte pakje sigaretten en shag. Soms konden we de juiste prijs niet goed noteren. De verkoopmedewerker wist dan bijvoorbeeld de prijs niet of had niet genoeg tijd om deze prijs op te zoeken. Daarom hebben we sommigen prijzen in de verzamelde dataset gecorrigeerd.

Voor deze correcties hebben we een vaste methode ontwikkeld. Met die methode kunnen we ook in de komende jaren op dezelfde manier prijzen corrigeren en daarna analyseren. Op die manier zullen de trends die we vinden betrouwbaar zijn. In het kader hieronder staan de regels die we toepassen bij het controleren en corrigeren van prijzen.

Om te bepalen of een prijs aangepast moet worden, kijken we onder andere naar de prijzen die alle andere verkooppunten voor een pakje hebben opgegeven. Hebben we minimaal drie keer een prijs voor een pakje gevonden? Dan kunnen we voor dat pakje de *modus* van de prijs berekenen.^d De modus is de prijs die het meeste voorkomt. Omdat de prijs voor een bepaald pakje overal in Nederland (ongeveer) hetzelfde moet zijn, kunnen pakjes niet ineens veel duurder of goedkoper zijn. Is dat wel zo? Dan is die prijs zeer waarschijnlijk niet juist opgegeven. De modus is dan een goede schatting van wat de prijs waarschijnlijk zou zijn geweest. Moeten we een prijs corrigeren? Dan vervangen we de opgegeven prijs dus met de modus.



REGELS VOOR HET CORRIGEREN VAN PRIJZEN

1. In principe gaan we uit van de door het verkooppunt opgegeven prijs.
2. We vervangen een opgegeven prijs met de modus van die prijs als:
 - a. Er geen prijs is ingevuld of als deze onduidelijk ingevuld is.
 - b. Uit de aantekeningen blijkt dat de verkoopmedewerker geen (goede) schatting heeft gedaan.
 - c. De opgegeven prijs onrealistisch (minimaal 5% meer of minder) verschilt van de modus, en:
 - i. we een modus hebben kunnen berekenen op basis van minimaal 3 pakjes met dezelfde prijs.
 - ii. er één duidelijke modus is. Als er meerdere modi zijn, zijn deze beide modi even valide. We controleren dan handmatig de afwijking ten opzichte van beide modi.
3. We nemen een observatie van een goedkoopste of duurste pakje weg uit de dataset als:
 - a. Een duurste pakje goedkoper is dan het meest verkochte.
 - b. Een goedkoopste pakje duurder is dan het meest verkochte.
4. Als we een observatie van een goedkoopste of duurste pakje wegnemen, vervangen we die niet.

^d De modus berekenen we met behulp van Stata. Daarna passen we die met SPSS aan in de dataset.

EN NU VERDER...

Wil je meer weten over dit thema? Lees dan ook onderstaande factsheets:

- **Notitie: Roken is een verslaving**
- **Factsheet: Elektronische sigaretten**
- **Rookprevalentie in Europa: een vergelijking tussen 8 landen**

WIJ GAAN OOK VERDER...

Ook de komende jaren gaan verder met het beschrijven van het huidige en toekomstige tabaksbeleid in Nederland. Wij publiceren met regelmaat factsheets over uiteenlopende thema's binnen tabaksontmoediging. Je kunt deze factsheets vinden op onze website via: trimbos.nl/webwinkel

Heb je vragen over deze factsheet? Neem dan contact op met Jeroen Bommelé (jbommele@trimbos.nl).

ROKEN
Infolijn
0900-1995

€ 0,10/min + de kosten van
je mobiele telefoon

Colofon

Auteurs

Jeroen Bommelé
Gemma Geuke
Eefje Willemse
Clóé Geboers
Marc Willemsen

Ontwerp & productie

Canon Nederland N.V.

Beeld

www.gettyimages.nl

Deze factsheet is gemaakt in opdracht van het Ministerie van VWS en te downloaden via www.trimbos.nl/webwinkel met artikelnummer AF2151

© 2024, Trimbos-instituut, Utrecht

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze opgave mag worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande toestemming van het Trimbos-instituut.