



NALEVINGSONDERZOEK ALCOHOLVERKOOP GEMEENTE AMSTERDAM 2022

Leeftijdsgrens
Dronkenschap & doorschenken

OVER BUREAU OBJECTIEF

Bureau Objectief wil een gezonde maatschappij stimuleren. Door inzicht te geven in menselijke drijfveren, bieden we aanknopingspunten om gedrag op een positieve manier te veranderen. Zo doen we doelgroeponderzoek naar motieven en weerstanden. Voeren we nalevingsonderzoek uit naar de leeftijdsgrens en het verbod op doorschenken en brengen we met behulp van jongerenonderzoek de leefwereld van de jeugd in kaart. Deze inzichten maken een gefundeerd beleid met risicogestuurde inzet van preventie- en handhaving activiteiten mogelijk. Ons bureau werkt vanuit een stevig fundament waarin wetenschap en praktijk elkaar ontmoeten.

In samenwerking met gemeenten en verstrekkers zijn we telkens op zoek naar manieren om een gezonde omgeving te creëren voor jongeren. Om onze kennis op het gebied van gedragspsychologie te delen, leiden we andere gezondheidsprofessionals op door het verzorgen van inspiratiebijeenkomsten, teamdagen en de 3-daagse opleiding Psychologie van Gezondheidsgedrag.

Ons team van gedragspsychologen heeft veel ervaring met het uitvoeren van onderzoek, het geven van advies en het ontwikkelen van gedragsinterventies. Daarnaast beschikken we over een interviewteam en een landelijk team van getrainde auditoren en mysterykids. Om de kwaliteit van ons werk hoog te houden en te blijven innoveren, werken we samen met een adviescommissie. Zo houden we contact met het veld en de wetenschappelijke onderzoekswereld. De adviseurs delen hun kennis met ons en bekijken ons werk kritisch, vanuit hun achtergrond van verschillende disciplines en universiteiten.

© Copyright

Opdrachtgever

Gemeente Amsterdam

Onderzoeksteam

drs. Milou Hessels

drs. Milou Geerlings

bsc. Isa Verstappen

Tim Wolters

Vormgeving

Hoogstede Ontwerpt

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

INHOUD

| | |
|--|-----------|
| Over Bureau Objectief | 3 |
| Inleiding | 5 |
| Doel gemeente Amsterdam | 5 |
| Onderzoeksvragen | 5 |
| Naleving Leeftijdsgrens | 8 |
| Naleving Dronkenschap & doorschenken | 24 |
| Conclusie | 28 |
| Nalevingsonderzoek leeftijdsgrens | 28 |
| Nalevingsonderzoek dronkenschap & doorschenken | 29 |
| Referenties | 30 |
| Bijlage 1: Begrippenlijst | 33 |
| Bijlage 2: Betrouwbaarheidsintervallen & Significantietoetsen | 38 |
| Verschil in naleving tussen 2019 en 2022 | 39 |
| Verschil in naleving tussen Amsterdam en landelijk | 39 |

INLEIDING

DOEL GEMEENTE AMSTERDAM

Alcoholgebruik brengt veel risico's met zich mee, zeker voor minderjarigen. Voorbeelden zijn verminderde zelfbeheersing¹ en een grotere kans op risicovol gedrag,² ongevallen,³ geweld⁴ en vroegtijdige sterfte.⁵ Daarnaast kan overmatig alcoholgebruik zowel direct als later in het leven leiden tot gezondheidsproblemen. Voorbeelden daarvan zijn hersenschade en een hogere kans op verslaving.^{6,7}

In het Preventie- en Handhavingsplan alcohol 2021 - 2024 heeft de gemeente Amsterdam de belangrijkste doelstellingen voor het verminderen van (problematisch) alcoholgebruik en de maatregelen die hiervoor genomen worden benoemd⁸. De belangrijkste doelstellingen zijn 'geen alcoholgebruik onder de 18 jaar' en 'minder overmatig en zwaar alcoholgebruik', omdat bij deze groepen de gezondheidsrisico's het grootst zijn. Naast preventieve maatregelen zijn toezicht en handhaving op de naleving van alcoholwetten onmisbaar bij het bereiken van dit doel. Om de effectiviteit van deze maatregelen in kaart te brengen, worden nalevingsonderzoeken uitgevoerd. Daarnaast worden de resultaten van het nalevingsonderzoek aan de bezochte locaties teruggekoppeld zodat zij hiervan kunnen leren.

ONDERZOEKSVRAGEN

Naleving leeftijdsgrens

Het doel van dit onderzoek is om per verkoopkanaal de naleving van de leeftijdsgrens vast te stellen¹. Daarnaast is ook onderzocht

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

in hoeverre verkopers interventies toepassen tijdens het leeftijdscontroleproces, inclusief de samenhang hiervan met de naleving.

Interventies zijn de handelingen die een verkoper kan toepassen in het proces van de leeftijdscontrole: leeftijd vragen, ID vragen en een hulpmiddel gebruiken. Tenslotte is onderzocht hoe de nalevingscijfers zich verhouden tot eerdere jaren en landelijk. In tabel 1 staan de onderzoeksvragen beschreven.

Tabel 1. Onderzoeksvragen nalevingsonderzoek leeftijdsgrens

| |
|---|
| In hoeveel procent van de aankoopsgingen kunnen jongeren van 16 en 17 jaar géén alcoholhoudende dranken kopen bij de verkoopkanalen avondwinkels, cafetaria's, horecagelegenheden, ketensupermarkten, slijterijen en sportverenigingen in gemeente Amsterdam? |
| In hoeveel procent van de aankoopsgingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen naar leeftijd gevraagd? |
| In hoeveel procent van de aankoopsgingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen naar een geldig legitimatiebewijs gevraagd? |
| In hoeveel procent van de aankoopsgingen wordt er bij de verschillende verkoopkanalen een hulpmiddel gebruikt bij de beoordeling van het legitimatiebewijs? |
| In welke mate resulteren de interventies (vragen naar leeftijd en/of ID en hulpmiddelgebruik) in een correcte naleving? |
| Hoe verhouden de nalevingspercentages per verkoopkanaal in de gemeente Amsterdam 2022 zich ten opzichte van de percentages uit de nalevingsonderzoeken van 2016, 2017 en 2019? |
| Hoe verhouden de representatieve nalevingspercentages per verkoopkanaal in de gemeente Amsterdam zich ten opzichte van het landelijke nalevingsonderzoek uit 2022? |

Naleving dronkenschap en doorschenken

Het doel van dit onderzoek is om vast te stellen in hoeverre de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken wordt nageleefd. In tabel 2 staan de onderzoeksvragen beschreven.

Tabel 2. Onderzoeksvragen nalevingsonderzoek dronkenschap en doorschenken

| |
|--|
| In welke mate leven de Amsterdamse drankverstrekkende horecagelegenheden in het centrum de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken na? |
| In welke mate is er nageleefd door toegang te weigeren? |
| In welke mate is er nageleefd door de aankoop te weigeren? |
| Welke interventies passen barmedewerkers toe in het bestelproces? |

Het eerste deel van het rapport gaat in op het nalevingsonderzoek naar de leeftijdsgrens. In het tweede deel komt het nalevingsonderzoek rondom dronkenschap en doorschenken aan bod. Bij beide onderzoeken houden we dezelfde volgorde aan, waarbij we eerst de methode bespreken en vervolgens ingaan op de resultaten van het onderzoek. We geven de resultaten van de nalevingsonderzoeken per verkoopkanaal overzichtelijk weer in factsheets.

NALEVING LEEFTIJDGRENSEN

METHODE

De naleving van de leeftijdsgrens onderzochten we in september tot en met december 2022 middels mysteryshoponderzoek. Bij deze methode proberen 16- en 17-jarige jongeren (mysterykids) volgens een beproefd protocol alcohol te kopen onder begeleiding van een volwassen auditor. Klik hier voor meer informatie over het protocol.

Representatief onderzoek

De gemeente Amsterdam wil nalevingsonderzoek uitvoeren dat een representatief beeld geeft van de naleving van de leeftijdsgrens per verkoopkanaal. Om een representatieve uitspraak te kunnen doen per verkoopkanaal, bepaalde Bureau Objectief voorafgaand aan het onderzoek hoeveel locaties bezocht moesten worden. Het berekenen van het juiste aantal locaties is mogelijk door de totale populatiegrootte als uitgangspunt te nemen. De totale populatiegrootte is het aantal locaties per verkoopkanaal in de gemeente Amsterdam, bijvoorbeeld het totaal aantal ketensupermarkten. De populatiegrootte van avondwinkels, cafetaria's, horecagelegenheden, ketensupermarkten, slijterijen en sportverenigingen zijn herleid uit locatielijsten van de gemeente Amsterdam en deskresearch. Vervolgens berekenden we hoeveel locaties per verkoopkanaal minimaal bezocht moesten worden. Hierbij hanteerden we een betrouwbaarheidsniveau met een ondergrens van 85% betrouwbaarheid. Dit betekent dat met 85% zekerheid te zeggen is dat het nalevingscijfer in de steekproef overeenkomt met de naleving van de gehele populatie. Tenslotte trokken we uit elke populatie een aselechte steekproef

van locaties die we vervolgens hebben onderzocht. Deze steekproeven schetsen een representatief beeld van de verschillende verkoopkanalen. Hierdoor het mogelijk is om gefundeerde uitspraken te kunnen doen van de naleving van de leeftijdsgrens in ieder verkoopkanaal. De mysterykids deden bij elke locatie één aankoop poging.

Bemenste en 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, is een deel van de aankoop pogingen in ketensupermarkten bij onbemenste kassa's uitgevoerd.

Terugkoppeling resultaten

De resultaten van het nalevingsonderzoek zijn wekelijks met de gemeente Amsterdam gedeeld. De gemeente heeft vervolgens middels een persoonlijke brief het resultaat aan de betreffende locatie teruggekoppeld. In het gebruikelijke protocol vindt deze terugkoppeling niet plaats. In overleg met de gemeente is bewust gekozen voor deze terugkoppeling vanwege de meerwaarde die het creëren van tijdig inzicht in eigen handelen oplevert.

RESULTATEN

In dit hoofdstuk rapporteren we de resultaten van de naleving van de leeftijdsgrens per verkoopkanaal. In bijlage 2 staat een overzicht van de betrouwbaarheidsintervallen en significantieniveaus van de resultaten.

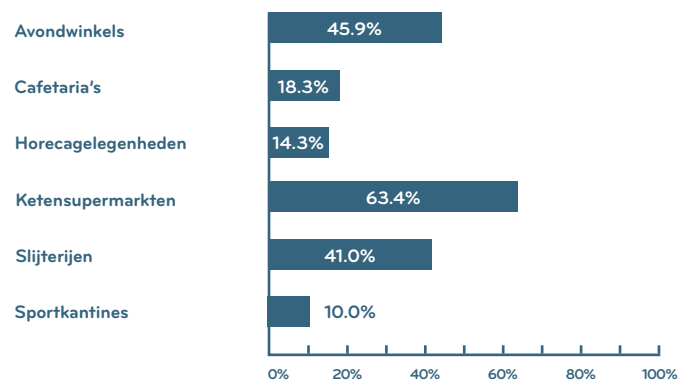
We rapporteren eerst de naleving per verkoopkanaal. Daarna geven we per verkoopkanaal de resultaten van het onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens weer in factsheets. We besteden hierbij aandacht aan leeftijd vragen en de ID-vraag en hoe dit leidt tot nale-

ving. Daarnaast besteden we op dezelfde wijze ook aandacht aan het gebruik van een hulpmiddel en hoe dit leidt tot naleving. Ook vergelijken we met relevante nalevingscijfers van de verschillende verkoopkanalen uit de onderzoeken in de gemeente Amsterdam van 2016, 2017 en 2019 en het meest recente landelijke nalevingsonderzoek van 2022.^{9, 10, 11, 12}

Naleving per verkoopkanaal

Figuur 1 geeft de naleving per verkoopkanaal weer. Bij avondwinkels is er bij 17 van de 37 aankoopposities nageleefd (45.9%). Er is bij 13 van de 71 aankoopposities nageleefd bij cafetaria's (18.3%). Er is bij 21 van de 147 aankoopposities nageleefd bij horecagelegenheden (14.3%). Er is bij 85 van de 134 aankoopposities nageleefd bij ketensupermarkten (63.4%). Bij slijterijen is er bij 25 van de 61 aankoopposities nageleefd (41.0%). Bij sportverenigingen is er bij 5 van de 50 aankoopposities nageleefd (10.0%).

Figuur 1. Nalevingscijfers leeftijdsgrens representatief per verkoopkanaal in Amsterdam 2022



NALEVING LEEFTIJDSGRENS AVONDWINKELS

INTERVENTIES

Bij 19 van de 37 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (51.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

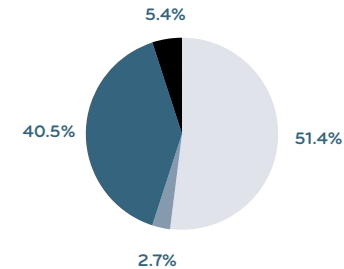
Bij 1 van de 37 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de leeftijd van de mysterykid (2.7%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 15 van de 37 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (40.5%). Dit leidde in 15 gevallen tot naleving (100.0%).

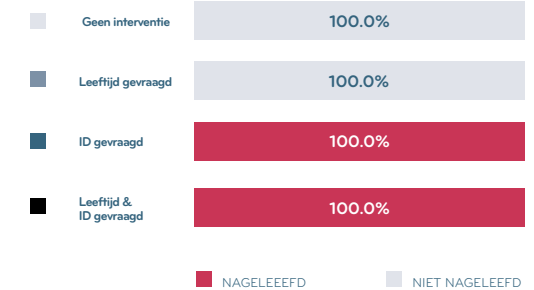
Bij 2 van de 37 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (5.4%). Dit leidde in 2 gevallen tot naleving (100.0%).

Interventies

n=37



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 17 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 3 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (17.6%).

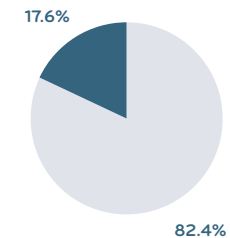
- 1 verkoper gebruikte een pop-up in het kassasysteem;
- 2 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;

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

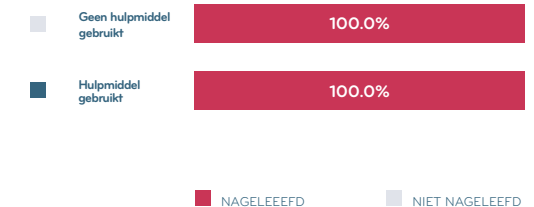
Van de 14 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (82.4%), is er 14 keer nageleefd (100.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=17



Naleving



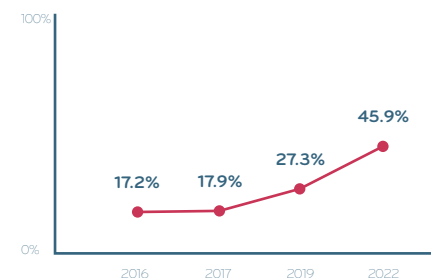
NALEVING

Bij 17 van de 37 aankoopogingen is er nageleefd (45.9%).

De naleving in 2022 (45.9%) verschilt niet significant van de naleving in 2019 (27.3%).

De naleving in 2022 is niet significant verschillend vergeleken met de gemiddelde landelijke naleving in 2022 (46.9%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022 AVONDWINKELS

45.9%

[31.0, 61.6]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS CAFETARIA'S

INTERVENTIES

Bij 46 van de 71 aankoopopgingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (64.8%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

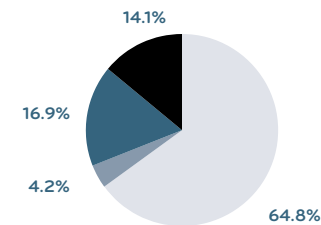
Bij 3 van de 71 aankoopopgingen vroeg de verkoper enkel naar de leeftijd van de mysterykid (4.2%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 12 van de 71 aankoopopgingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (16.9%). Dit leidde in 9 gevallen tot naleving (75.0%).

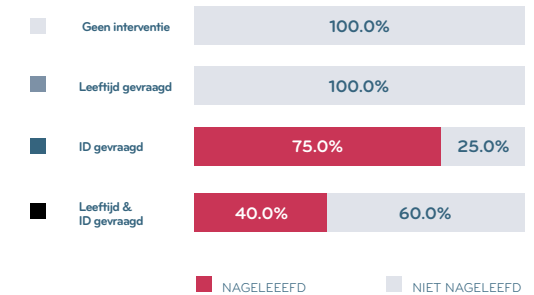
Bij 10 van de 71 aankoopopgingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (14.1%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (40.0%).

Interventies

n=71



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 22 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 0 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (0.0%).

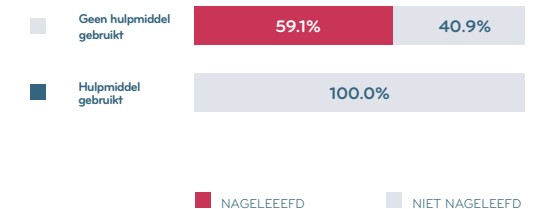
Van de 22 aankoopopgingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (100.0%), is er 13 keer nageleefd (59.1%).

Hulpmiddelgebruik

n=22



Naleving



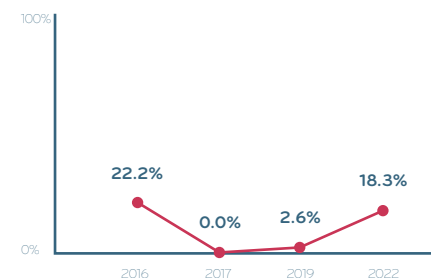
NALEVING

Bij 13 van de 71 aankoopopgingen is er nageleefd (18.3%).

De naleving in 2022 (18.3%) verschilt significant van de naleving in 2019 (2.6%).

De naleving in 2022 is niet significant verschillend vergeleken met de gemiddelde landelijke naleving in 2022 (20.1%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022 CAFETARIA'S

18.3%

[11.0, 28.8]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS HORECAGELEGENHEDEN

INTERVENTIES

Bij 113 van de 147 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (76.9%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

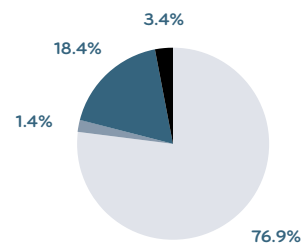
Bij 2 van de 147 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de leeftijd van de mysterykid (1.4%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 27 van de 147 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (18.4%). Dit leidde in 17 gevallen tot naleving (63.0%).

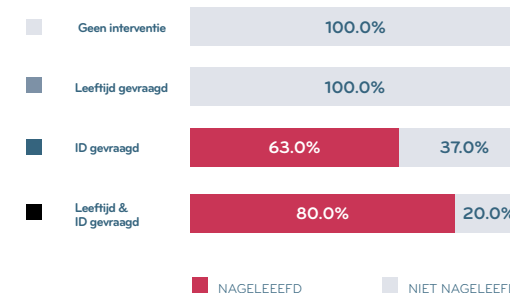
Bij 5 van de 147 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (3.4%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (80.0%).

Interventies

n=147



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 32 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 2 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (6.3%).

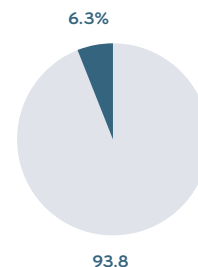
- 2 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

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

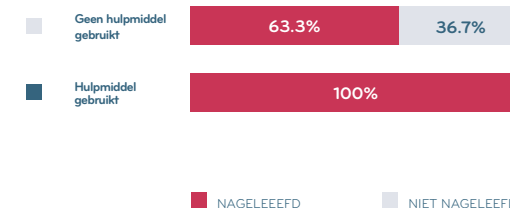
Van de 30 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (93.8%), is er 19 keer nageleefd (63.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=32



Naleving



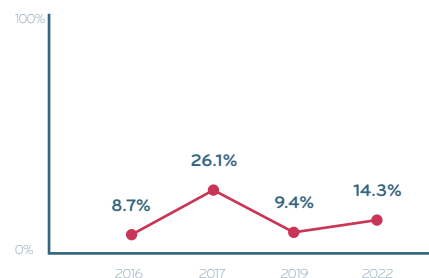
NALEVING

Bij 21 van de 147 aankoopogingen is er nageleefd (14.3%).

De naleving in 2022 (14.3%) verschilt niet significant van de naleving in 2019 (9.4%).

De naleving in 2022 is significant verschillend vergeleken met de gemiddelde landelijke naleving in 2022 (23.7%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022 HORECAGELEGENHEDEN

14.3%

[9.5, 20.9]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS KETENSUPERMARKTEN

INTERVENTIES

Bij 36 van de 134 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (26.9%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

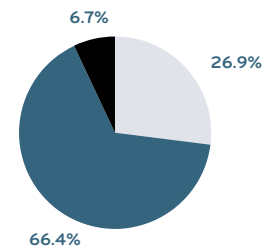
Bij 0 van de 134 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de leeftijd van de mysterykid (0.0%).

Bij 89 van de 134 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (66.4%). Dit leidde in 76 gevallen tot naleving (85.4%).

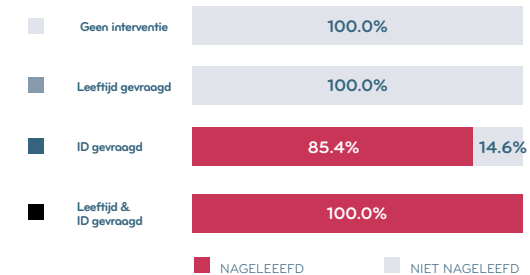
Bij 9 van de 134 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (6.7%). Dit leidde in 9 gevallen tot naleving (100.0%).

Interventies

n=134



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 98 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 48 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (49.0%).

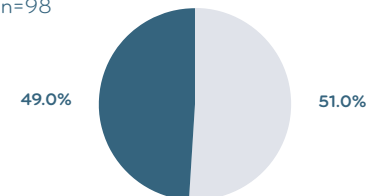
- 1 verkoper gebruikte een pop-up in het kassasysteem;
- 46 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem;
- 1 verkoper gebruikte een ID-scanner.

In 45 van de 48 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (93.8%).

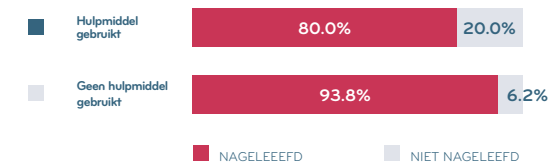
Van de 50 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (51.0%), is er 40 keer nageleefd (80.0%).

Hulpmiddelgebruik

n=98



Naleving



NALEVING BEMENSTE KASSA'S VERSUS ONBEMENSTE KASSA'S

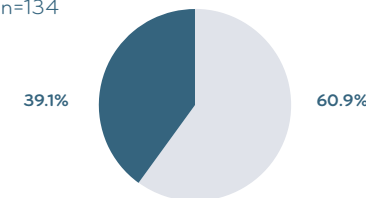
Van de 134 aankoopogingen bij ketensupermarkten zijn 81 aankoopogingen (60.9%) uitgevoerd bij bemenste kassa's en 52 aankoopogingen bij onbemenste kassa's (39.1%).

Van de 81 aankoopogingen bij bemenste kassa's is er 51 keer nageleefd (63.0%). Van de 52 aankoopogingen bij onbemenste kassa's is er 33 keer nageleefd (63.5%).

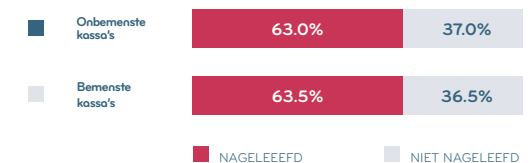
De naleving bij bemenste kassa's verschilt niet significant van de naleving bij onbemenste kassa's.

Bemenste kassa / onbemenste kassa

n=134



Naleving

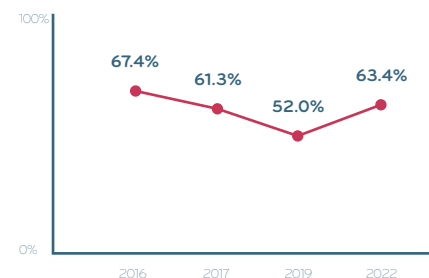


NALEVING

Bij 85 van de 134 aankoopogingen is er nageleefd (63.4%).

De naleving in 2022 (63.4%) verschilt niet significant van de naleving in 2019 (52.0%).

De naleving in 2022 is niet significant verschillend vergeleken met de gemiddelde landelijke naleving in 2022 (62.6%).



NALEVING ALCOHOL 2021 KETENSUPERMARKTEN

63.4%

[55.0, 71.1]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS SLIJTERIJEN

INTERVENTIES

Bij 25 van de 61 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (41.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

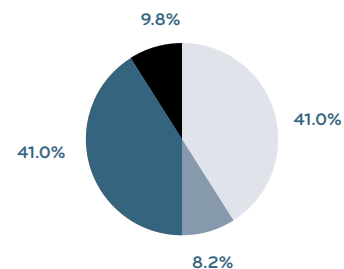
Bij 5 van de 61 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de leeftijd van de mysterykid (8.2%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 25 van de 61 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (41.0%). Dit leidde in 21 gevallen tot naleving (84.0%).

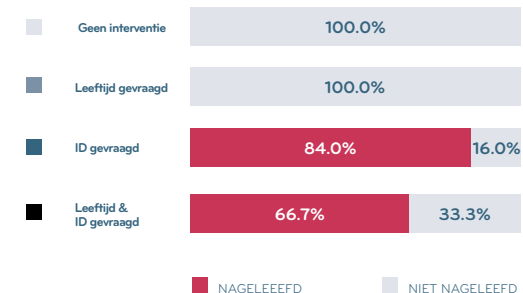
Bij 6 van de 61 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (9.8%). Dit leidde in 4 gevallen tot naleving (66.7%).

Interventies

n=61



Naleving



HULPMIDDELGEBRUIK

Van de 31 keer dat er naar ID is gevraagd, is er 9 keer zichtbaar een hulpmiddel gebruikt om de geboortedatum te controleren (29.0%).

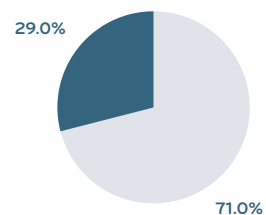
- 9 verkopers controleerden de leeftijd door de geboortedatum in te toetsen in het kassasysteem.

In 8 van de 9 gevallen leidde hulpmiddelgebruik tot naleving (88.9%)

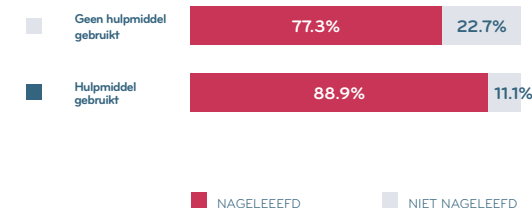
Van de 22 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (71.0%), is er 17 keer nageleefd (77.3%).

Hulpmiddelgebruik

n=31



Naleving



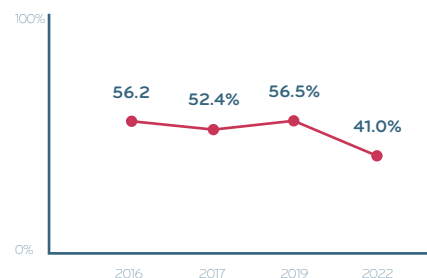
NALEVING

Bij 25 van de 61 aankoopogingen is er nageleefd (41.0%).

De naleving in 2022 (41.0%) verschilt niet significant van de naleving in 2019 (56.5%).

De naleving in 2022 is significant verschillend vergeleken met de gemiddelde landelijke naleving in 2022 (71.0%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022 SLIJTERIJEN

41.0%

[29.5, 53.5]

NALEVING LEEFTIJDSGRENS SPORTVERENIGINGEN

INTERVENTIES

Bij 40 van de 50 aankoopogingen paste de verkoper geen interventies toe in het verkoopproces (80.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

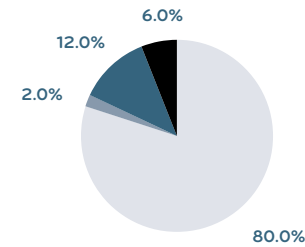
Bij 1 van de 50 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de leeftijd van de mysterykid (2.0%). Dit leidde in 0 gevallen tot naleving (0.0%).

Bij 6 van de 50 aankoopogingen vroeg de verkoper enkel naar de ID van de mysterykid (12.0%). Dit leidde in 3 gevallen tot naleving (50.0%).

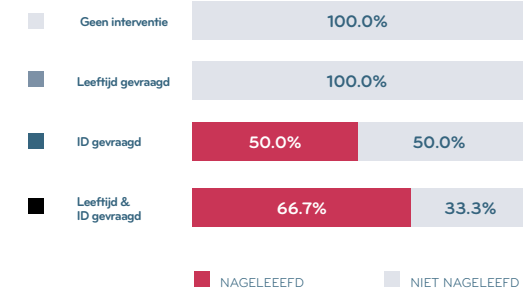
Bij 3 van de 50 aankoopogingen vroeg de verkoper zowel naar de leeftijd als naar ID (6.0%). Dit leidde in 2 gevallen tot naleving (66.7%).

Interventies

n=50



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%).

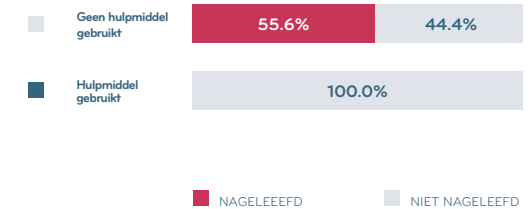
Van de 9 aankoopogingen waarbij geen hulpmiddel is gebruikt (100.0%), is er 5 keer nageleefd (55.6%).

Hulpmiddelgebruik

n=9



Naleving



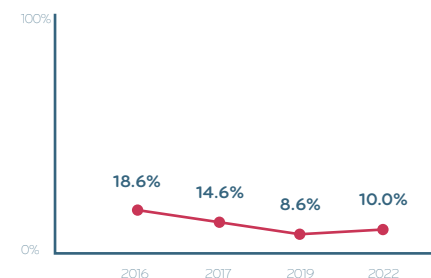
NALEVING

Bij 5 van de 50 aankoopogingen is er nageleefd (10.0%).

De naleving in 2022 (10.0%) verschilt niet significant van de naleving in 2019 (8.6%).

De naleving in 2022 is significant verschillend vergeleken met de gemiddelde landelijke naleving in 2022 (28.8%).

Naleving



NALEVING ALCOHOL 2022 SPORTVERENIGINGEN

10.0%

[4.3, 21.4]

NALEVING DRONKENSCHAP & DOORSCHENKEN

METHODE

De naleving van het verbod op doorschenken in de horeca onderzochten we in oktober en november 2022 met een team van twee mannelijke acteurs, een team van twee vrouwelijke acteurs en twee teams van een mannelijke en een vrouwelijke acteur. We selecteerden de acteurs uit een pool van acteurs die zijn getraind voor nalevingsonderzoek Dronkenschap & Doorschenken. Een regisseur trainde deze pool in dronken gedragingen en filmde hun acts. De filmpjes legden wij voor aan een panel van ervaringsdeskundigen (horecamedewerkers en portiers). We namen alleen acteurs mee in het onderzoek die door het panel werden beoordeeld als kennelijke in staat van dronkenschap. De acteurs volgden een protocol dat gebaseerd is op wetenschappelijke studies en (inter)nationale onderzoeken naar dronkenschap & doorschenken onderzoek.¹³⁻²¹

Om de naleving op dronkenschap en doorschenken te kunnen meten, zetten de teams van acteurs een kennelijke staat van dronkenschap in scène. De acteurs zetten hun act buiten al in, zodat we ook het deurbeleid konden meten. Na binnenkomst knoopten de acteurs een gesprek aan met de verkoper, om deze een eerlijke kans te geven om het 'dronkenschap' op te merken en probeerden vervolgens alcohol te kopen. Een waarnemer observeerde het proces op afstand en controleerde achteraf of de verkoper doorhad dat de acteurs 'dronken' waren middels een open controlevraag te stellen

aan de verkoper. De teams bezochten 41 alcoholverstrekkende horecagelegenheden in het centrum van de gemeente Amsterdam.

RESULTATEN

We geven de resultaten van het onderzoek naar de naleving van de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken weer in een factsheet. Daarbij besteden we ook aandacht aan het deurbeleid en de toegepaste interventies. Ook geven we de nalevingscijfers weer van de voorgaande onderzoeken.^{22,9,23,11}

Het is belangrijk om te realiseren dat dit een indicatief onderzoek betreft: het aantal bezochte locaties is te laag om representatieve uitspraken te kunnen doen. Er kunnen dus geen causale verbanden worden gelegd.

Om er zeker van te zijn dat verkopers de dronken act van de acteurs als zodanig opmerkten, is er door de waarnemer een open controlevraag gesteld. De onderstaande uitspraken geven een indruk van hoe de staat van dronkenschap door verkopers ervaren werd.

Tabel 3. Uitspraken van verkopers

"Ze waren dronken dus ik zei ga maar lekker naar Leidseplein, we gaan zo sluiten."

"Ze hebben teveel op en hij keek ook helemaal (barman imiteert acteur), dus nee ik ga het niet inschenken voor ze hahaha."

"Ze hadden het heel gezellig."

"Ze waren echt al te dronken om alcohol mee te geven. Ik vind het soms lastig om in te schatten, maar bij hen was het wel echt duidelijk."

"Die hebben iets te veel op, dat gaan we mooi niet doen, doeiii!"

"Ja ze waren super lam, maar ik denk altijd zolang ze niet baldadig worden toe maar."

"Hij was te dronken en dan mag je het niet meegeven."

NALEVING DRONKENSCHAP & DOORSCHENKEN HORECA

NALEVING TOEGANG

De acteurs probeerden in gespeelde staat van dronkenschap bij 41 locaties alcohol te kopen.

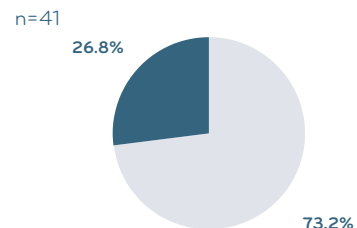
Bij 11 van de 41 locaties was er een portier aanwezig (26.8%).

Van de 11 portiers leefden 7 portiers na door de acteurs de toegang te weigeren vanwege dronkenschap (63.6%)

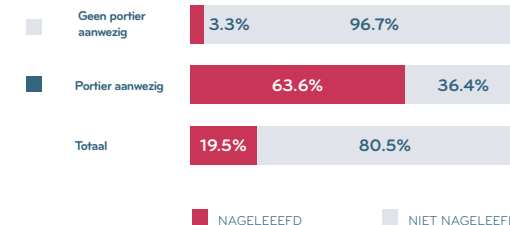
Bij 1 van de 30 overige locaties leefde een medewerker na door de acteurs de toegang te weigeren (3.3%).

In totaal is bij 8 van de 41 locaties (19.5%) nageleefd door toegang te weigeren.

Interventies



Naleving



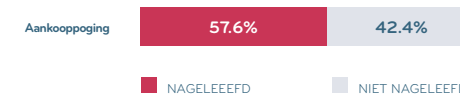
NALEVING BAR

Bij 33 van de 41 locaties is er geen toegang geweigerd. Bij deze 33 locaties deden de acteurs een aankoop poging aan de bar.

Bij 19 van de 33 aankoop pogingen heeft de verkoper nageleefd (57.6%)

n=41

Naleving



INTERVENTIES AAN DE BAR

Bij 29 van de 33 aankoop pogingen (87.9%) paste de verkoper een of meerdere interventies toe.

- Van de 29 verkopers die een of meerdere interventie(s) toepasten, hebben er 15 nageleefd (51.7%).
- Van de 4 verkopers die geen interventie(s) toepasten, hebben er 4 nageleefd (100.0%).

Van de 29 verkopers die interventie(s) toepasten, hebben er 15 nageleefd (51.7%).

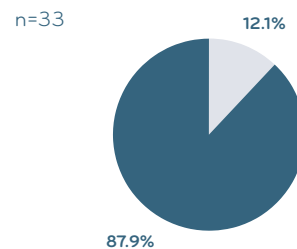
De volgende (combinatie van) interventies werden gebruikt:

- Er werd 2 keer commentaar gegeven; • Er werd 7 keer gevraagd naar staat van dronkenschap; • De service werd 9 keer vertraagd; • 6 keer werd er een alternatief voor alcohol voorgesteld; • Er werd 1 keer een bedrijfsleider of ander teamlid bij gehaald; • 2 keer werd er advies gegeven.

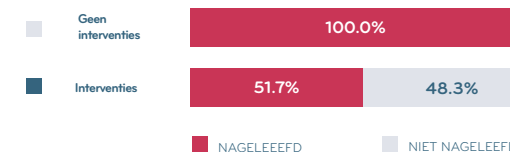
Van de 29 verkopers die interventie(s) toepasten, hebben er 14 niet nageleefd (48.3%). De volgende (combinatie van) interventies werden gebruikt:

- Er werd 14 keer commentaar gegeven; • Er werd 1 keer gevraagd naar staat van dronkenschap; • De service werd 2 keer vertraagd; • 1 keer werd er een alternatief voor alcohol voorgesteld; • Er werd 1 keer een ander teamlid bij gehaald.

Interventies



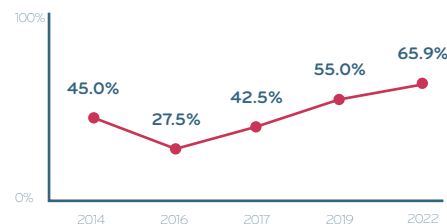
Naleving



NALEVING TOTAAL (TOEGANG + BAR)

In totaal werd bij 27 van de 41 locaties nageleefd (65.9%).

Naleving



DRONKENSCHAP & DOORSCHENKEN 2022

65.9%

CONCLUSIE

Het doel van dit onderzoek was de naleving van de leeftijdsgrens en de naleving van de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken vast te stellen. We voerden het onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens uit onder de volgende verkoopkanalen: avondwinkels, cafetaria's, horecagelegenheden, ketensupermarkten, slijterijen en sportverenigingen. De naleving van de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken onderzochten we bij de horeca in het centrum. De onderzoeken ondersteunen de gemeente bij het verminderen van (problematisch) alcoholgebruik.

NALEVINGSONDERZOEK LEEFTIJDGRENSEN

De naleving van de leeftijdsgrens in de gemeente Amsterdam in 2022 loopt uiteen van 10.0% bij sportkantines tot 63.4% bij ketensupermarkten. Het niveau van de naleving van de andere verkoopkanalen is verspreid (oplopend): horecagelegenheden (14.3%), cafetaria's (18.3%), slijterijen (41.0%) en avondwinkels (45.9%). De naleving bij de verkoop aan onbemenste kassa's in ketensupermarkten is 63.5%.

Van de verkoopkanalen die in 2019 zijn onderzocht, is er enkel bij cafetaria's een significante stijging van de naleving waargenomen van 2.6% in 2019 naar 18.3% in 2022. Bij avondwinkels, horecagelegenheden, ketensupermarkten, slijterijen en sportverenigingen is er geen significante verandering in de naleving geconstateerd.

Interventies in het leeftijdscontroleproces

Wanneer er wordt ingezoomd op het leeftijdscontroleproces dan zien we dat het vragen naar ID een belangrijke voorspeller is voor na-

leving. Specifiek bij avondwinkels, cafetaria's, horecagelegenheden en sportkantines is het verhogen van de ID-vraag een belangrijke stap naar een hogere naleving. Echter, met alleen het vragen naar ID komt het toch voor dat er alcohol wordt verkocht aan minderjarigen. Uit de resultaten blijkt dat het gebruiken van een hulpmiddel om de geboortedatum op het ID te controleren vaak leidt tot naleving.

Ontwikkeling nalevingscijfers

Vergeleken met de landelijke nalevingscijfers per verkoopkanaal in 2022 is de naleving bij horecagelegenheden, slijterijen en sportverenigingen in de gemeente Amsterdam significant lager. De naleving bij horecagelegenheden is in 2022 in de gemeente Amsterdam 14.3% in vergelijking met 23.7% landelijk. De naleving bij slijterijen is in 2022 in de gemeente Amsterdam 41.0% in vergelijking met 71.0% landelijk. De naleving bij sportverenigingen is in 2022 in de gemeente Amsterdam 10.0% in vergelijking met 28.8% landelijk. Bij de andere verkoopkanalen is er geen significante verandering in de naleving geconstateerd.

NALEVINGSONDERZOEK DRONKENSCHAP & DOORSCHENKEN

De naleving van de wetgeving rondom dronkenschap en doorschenken bij 41 horecazaken uit het centrum is 65.9% in 2022. Bij 8 locaties is toegang geweigerd en bij 19 locaties is de bestelling aan de bar geweigerd. Het personeel aan de bar paste in het overgrote deel van de gevallen interventies toe tijdens het proces. Het is belangrijk om te realiseren dat dit een indicatief onderzoek betreft: het aantal bezochte locaties is te laag om representatieve uitspraken te kunnen doen.

REFERENTIES

1. 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
2. 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
3. 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
4. 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
5. 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
6. Spear, L. P. (2011). Alcohol and the developing brain. In Young people and alcohol: Impact, policy, prevention, treatment. Chichester, United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.
7. 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
8. Gemeente Amsterdam (2021). Preventie- en handhavingplan Alcohol 2021-2024. Amsterdam.
9. Bureau Objectief (2016). Nalevingsonderzoek gemeente Amsterdam 2016. Nijmegen.
10. Bureau Objectief (2017). Nalevingsonderzoek leeftijdsgrens gemeente Amsterdam 2017. Nijmegen.
11. Bureau Objectief (2019). Nalevingsonderzoek leeftijdsgrens gemeente Amsterdam 2019. Nijmegen.
12. Bureau Objectief (2022). Landelijk nalevingsonderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcohol- en tabaksverkoop in 2022. Nijmegen.
13. Toomey, T. L., Wagenaar, A. C., Gehan, J. P., Kilian, G., Murray, D. M., & Perry, C. L. (2001). Project ARM: Alcohol risk management to prevent sales to un-derage and intoxicated patrons. *Health Education and Behavior*, 28(2), 186-199. doi:10.1177/109019810102800205
14. Wallin, E., Gripenberg, J., & Andreasson, S. (2002). Too drunk for a beer? A study of overserving in Stockholm. *Addiction*, 97(7), 901-907. doi:10.1046/j.1360-0443.2002.00160.x
15. Toomey, T. L., Wagenaar, A. C., Erickson, D. J., Fletcher, L. A., Patrek, W., & Lenk, K. M. (2004). Illegal alcohol sales to obviously intoxicated patrons at licensed establishments. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 28(5), 769-774. doi:10.1097/01.alc.0000125350.73156.ff
16. Lenk, K. M., Toomey, T. L., & Erickson, D. J. (2006). Propensity of alcohol establishments to sell to obviously intoxicated patrons.

Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 30(7), 1194-1199. doi:10.1111/j.1530-0277.2006.00142.x

17. Wallin, E., Gripenberg, J., & Andréasson, S. (2005). Overserving at licensed premises in Stockholm: Effects of a community action program. *Journal of studies on Alcohol*, 66(6), 806- 814. doi:10.15288/jsa.2005.66.806

18. Goodsite, B., Klear, L., & Rosenberg, H. (2008). The impact of behavioral signs of intoxication on bartender service. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 15(6), 545-551. doi:10.1080/09687630701725405

19. Warpenius, K., Holmila, M., & Mustonen, H. (2010). Effects of a community intervention to reduce the serving of alcohol to intoxicated patrons. *Addiction*, 105(6), 1032-1040. doi:10.1111/ J.1360-0443.2009.02873.x

20. Gosselt, J. F., Van Hoof, J. J., Goverde, M. M., & De Jong, M. D. (2013). One more beer? Serving alcohol to pseudo-intoxicated guests in bars. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 37(7), 1213-1219. doi: 10.1111/acer.12074

21. Buvik, K., & Rossow, I. (2015). Factors associated with over-serving at drinking establishments. *Addiction*, 110(4), 602-609. doi:10.1111/add.12843

22. STAP. (2014). Nalevingsonderzoek Amsterdam: naleving van de leeftijdsgrens voor zwak-alcoholhoudende drank en naleving van het doorschenkenverbod in de gemeente Amsterdam.

23. Bureau Objectief (2017). Nalevingsonderzoek doorschenken gemeente Amsterdam 2017. Nijmegen.

BIJLAGE 1: BEGRIPPENLIJST

In onderstaande begrippenlijst staan de termen uitgelegd in de 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 aankoop pogingen van het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens (zie ook 'mysterykid').

Avondwinkels | Avondwinkels zijn winkels die een ontheffing voor de winkeltijdenwet hebben en daarom tijdens de avonduren geopend zijn. Het gaat hier om avondwinkels die zwak-alcoholhoudende dranken als bijproduct verkopen, en niet om avondwinkels met een slijterijvergunning.

Betrouwbaarheidsniveau | De mate waarin het gevonden nalevingscijfer onafhankelijk is van toeval. Bij een betrouwbaarheid van bijvoorbeeld 85%, kan je met 85% 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 | Cafetaria's zijn eetgelegenheden die enkel alcoholische dranken mogen verkopen voor gebruik elders dan ter plaatse (niet-Alcoholwet-vergunde locaties). Bijvoorbeeld snackbars en

grillrooms. Het overgrote deel van cafetaria's in Nederland verkoopt geen alcoholhoudende drank. De term cafetaria's betreft binnen dit onderzoek enkel de cafetaria's die ook daadwerkelijk alcoholische dranken verkopen.

Causaal verband | Wanneer er sprake is van een oorzaak-gevolg-relatie.

Controlevraag | De vraag die de waarnemer stelt om te controleren of de betreffende verkoper de acteurs als dronken heeft beschouwd in het nalevingsonderzoek Dronkenschap & Doorschenken.

Horecagelegenheden | HORECA refereert aan HOtels, REstaurants, CAFés en soortgelijke instellingen die een Alcoholwet-vergunning hebben om alcohol te verkopen voor nuttiging ter plaatse.

- **Hotels** | Bedrijven hoofdzakelijk gericht om klanten tegen betaling overnachting of onderdak te bieden. Eten en drank kunnen bij deze gelegenheden verkocht worden, maar dit is slechts ondersteunend.
- **Restaurants** | Eetgelegenheden met als hoofddoel de verkoop van gerechten.
- **Cafés / Natte Horeca** | Onder cafés, ook wel natte horeca genoemd, worden uitgaansgelegenheden verstaan 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.). Voorbeelden: cafés, discotheken, kroegen. (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.)

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.

Indicatief onderzoek | Onderzoek waarbij de steekproef niet groot genoeg is om de resultaten te kunnen generaliseren naar de totale populatie.

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

Interventies (dronkenschap & doorschenken) | De handelingen die een verkoper kan toepassen tijdens het bestelproces: vragen naar de staat van dronkenschap, een alternatief voor alcohol voorstellen, de service vertragen, de bedrijfsleider erbij halen en advies geven.

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

Mysterykid | 16- en 17-jarigen mysterykid die ingezet wordt voor aankoopogingen van alcohol tijdens het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens.

Nalevingscijfer | Het percentage van het aantal aankoopogingen waarbij een verkoopkanaal heeft nageleefd.

Populatie | Alle verkooppunten van alcohol 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 Amsterdam, 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.

Slijterijen | Winkellocaties gespecialiseerd in het verkopen van alcoholhoudende drank voor gebruik elders dan ter plaatse.

- **Borrelshops** | Aan een ketensupermarkt gekoppelde winkellocatie, zonder eigen ingang, met een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf. Verschil met de ketenslijterij is dat de borrelshops en supermarkt als één locatie onder dezelfde bedrijfsnaam opereren.
- **Ketenslijterijen** | De winkellocatie is onderdeel van een ketenbedrijf, heeft een eigen ingang en heeft een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf. Voorbeelden: Mitra, DIRKIII, Gall&Gall.
- **Zelfstandige slijterijen** | Zelfstandige slijterijen maken geen onderdeel uitmaken van een ketenbedrijf, hebben een vergunning voor het uitoefenen van het slijtersbedrijf en verkopen ook daadwerkelijk alcoholhoudende dranken.

Sportverenigingen | Onder sportverenigingen worden enkel de kantines behorende bij een sportvereniging bedoeld. Sommige sportkantines zijn paracommercieel, maar andere zijn commercieel.

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

Toegang | Er wordt toegang verleend wanneer een persoon de locatie van een verkoper mag betreden en binnen mag blijven. De toegang kan ontzegd worden wanneer een portier of verkoper de persoon vraagt om te vertrekken. Volgens de Alcoholwet (artikel 20, lid 4) mag er geen toegang verleend worden aan personen die in kennelijke staat zijn van dronkenschap verkeren.

Verkoopkanaal | In dit onderzoek onderscheiden we verkooppunten op basis van gelijke kenmerken, zoals het aanbod van alcoholische producten en de geldende regelgeving. Een groep van vergelijkbare verkooppunten noemen we een verkoopkanaal. Voorbeelden hiervan zijn: horecagelegenheden, slijterijen en sportverenigingen.

BIJLAGE 2: BETROUWBAARHEIDS-INTERVALLEN & SIGNIFICANTIETOETSEN

In onderstaande tabellen worden de representatieve nalevingscijfers uit het nalevingsonderzoek leeftijdsgrens 2022 per verkoopkanaal vergeleken met de representatieve naleving in 2019 en de landelijke naleving in 2022. Naast het nalevingspercentage wordt steeds het 95%-betrouwbaarheidsinterval berekend. 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. Als de twee BI's wel overlappen, is er meer informatie nodig om een conclusie te trekken. In dat geval wordt het 95%-BI om 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 om 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 aankoopopgelingen.

Vershil in naleving tussen 2019 en 2022

| | 2019 | 2022 | VERSCHIL | UITKOMST |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------------------|
| Avondwinkels | 27.3% (15.1% - 44.2%) | 45.9% (31.0% - 61.6%) | 18.6% (-3.5% - 40.8%) | Niet significant verschillend |
| Cafetaria's | 2.6% (0.5% - 13.5%) | 18.3% (11.0% - 28.8%) | 15.7% (5.4% - 26.0%) | Significant hoger |
| Horeca-gelegenheden | 9.4% (5.8% - 14.9%) | 14.3% (9.5% - 20.9%) | 4.9% (-2.4% - 12.1%) | Niet significant verschillend |
| Ketensupermarkten | 52.0% (42.3% - 61.7%) | 63.4% (55.0% - 71.1%) | 11.4% (-1.4% - 24.3%) | Niet significant verschillend |
| Slijterijen | 56.5% (45.9% - 66.5%) | 41.0% (29.5% - 53.5%) | -15.5% (-31.7% - 0.7%) | Niet significant verschillend |
| Sportverenigingen | 8.6% (3.7% - 18.6%) | 10.0% (4.3% - 21.4%) | 1.4% (-9.6% - 12.4%) | Niet significant verschillend |

Vershil in naleving tussen Amsterdam en landelijk

| | Amsterdam 2022 | Landelijk 2022 | VERSCHIL | UITKOMST |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Avondwinkels | 45.9% (31.0% - 61.6%) | 46.9% (37.2% - 56.8%) | -1.0% (-19.9% - 18.0%) | Niet significant verschillend |
| Cafetaria's | 18.3% (11.0% - 28.8%) | 24.8% (20.1% - 30.2%) | -6.5% (-16.8% - 3.8%) | Niet significant verschillend |
| Horeca-gelegenheden | 14.3% (9.5% - 20.9%) | 23.7% (19.0% - 29.1%) | -9.4% (-17.0% - -1.8%) | Significant lager |
| Ketensupermarkten | 63.4% (55.0% - 71.1%) | 62.6% (61.4% - 63.9%) | 0.8% (-8.6% - 10.3%) | Niet significant verschillend |
| Slijterijen | 41.0% (29.5% - 53.5%) | 71.0% (69.2% - 72.7%) | -31.7% (-44.4% - -18.9%) | Significant lager |
| Sportverenigingen | 10.0% (4.3% - 21.4%) | 28.8% (23.7% - 34.5%) | -18.8% (-28.7% - -8.9%) | Significant lager |

BUREAU OBJECTIEF

Toernooiveld 300

6525 EC Nijmegen

024 848 1111

info@bureauobjectief.nl

www.bureauobjectief.nl