



rijksuniversiteit
groningen

faculteit gedrags- en
maatschappijwetenschappen

Het terugdringen van het gebruik van e-sigaretten onder jongeren – Het beleid in Nederland

Decreasing the use of e-cigarettes among youth – The policy in the Netherlands

Miriam Waterman

Master Sociologie
Criminaliteit & Veiligheid
Rijksuniversiteit Groningen

Begeleider Edgar de Bie

Referent Jaap Nieuwenhuis

27 oktober 2023

Titel

Het terugdringen van het gebruik van e-sigaretten onder jongeren

Ondertitel

Het beleid in Nederland

Auteur

Miriam M. J. Waterman

S4998146

m.j.waterman@student.rug.nl

Onderwijsinstelling

Rijksuniversiteit Groningen

Opleiding

Master Sociologie (Criminaliteit & Veiligheid)

Document

Masterscriptie

Afstudeerdocent

Edgar F. A. E. de Bie

e.f.a.e.de.bie@rug.nl

Gedrags- en Maatschappijwetenschappen

Rijksuniversiteit Groningen

Datum

Van 6 februari 2023 tot en met 27 oktober 2023

“Alles wat je aandacht geeft, groeit”

– Aristoteles (384 v.C. – 322 v.C.)

Voorwoord

Voor u ligt mijn masterscriptie over het terugdringen van het gebruik van e-sigaretten onder jongeren. De scriptie is opgebouwd aan de hand van een documentenanalyse, een literatuurstudie en interviews. De scriptie dient als afronding van de masteropleiding Sociologie met de specialisatie Criminaliteit & Veiligheid aan de Rijksuniversiteit Groningen. Gedurende deze studie heb ik mijn interesse in veiligheid voor mensen gevonden en kunnen concretiseren in deze scriptie. Van februari 2023 tot en met oktober 2023 heb ik veel tijd besteed en hard gewerkt aan mijn scriptie. De scriptie vormt een onderdeel van mijn afstudeertraject, dat ook een stage bij onderzoeksbureau Breuer&Intraval bevatte.

De totstandkoming van dit scriptieonderzoek was mede mogelijk door waardevolle gesprekken met Edgar de Bie en Annelies Kruize. De interesse voor een onderzoek naar e-sigaretten ontstond naar aanleiding van het werk van Annelies Kruize en Robert Pieper. Het scriptieonderzoek richt zich op het beleid omtrent e-sigaretten, wat de scriptie interessant maakt voor beleidsmakers en onderzoekers.

Graag wil ik een aantal mensen bedanken. Allereerst Edgar de Bie, voor zijn goede begeleiding, constructieve feedback en gesprekken gedurende het afstudeertraject. Ik kon altijd bij hem terecht met mijn vragen en documenten. Ook wil ik Jaap Nieuwenhuis bedanken voor zijn waardevolle feedback over mijn scriptie. Daarnaast gaat mijn dank uit naar Annelies Kruize. Zij heeft mij enorm geholpen met het opzetten van mijn onderzoek, het vinden van geschikte deelnemers voor de interviews, en ze voorzag me van waardevolle feedback. De deelnemers aan de interviews verdienen eveneens mijn oprechte dank voor hun toewijding en waardevolle informatie die zij hebben gedeeld voor mijn onderzoek. Verder wil ik Isa Dam en Wouter Baljet bedanken, medestagiaires bij Breuer&Intraval. Zij waren ook bezig met hun scripties en we konden altijd bij elkaar terecht voor feedback en gesprekken over de voortgang. Ook wil ik alle collega's bij Breuer&Intraval bedanken voor de goede gesprekken met betrekking tot mijn scriptie. Tot slot wil ik mijn dank uitspreken aan mijn familie, vriend en vriendinnen vanwege hun aanmoediging en steun tijdens deze intensieve periode. Zij hebben mij vaak geholpen door met me te praten en me aan te moedigen.

Ik wens u veel plezier met het lezen van mijn scriptie!

Miriam Waterman

Groningen, 27 oktober 2023

Samenvatting

In de afgelopen jaren is er steeds meer aandacht gekomen voor het gebruik van e-sigaretten, zowel in de media als in het onderzoeksveld. Het blijkt dat het gebruik van e-sigaretten schadelijker is voor de gezondheid dan voorheen werd gedacht. Desondanks lijken e-sigaretten steeds populairder te worden en de tabaksindustrie zet zich in om mensen, vooral jongeren, aan deze producten te krijgen. Dit botst met de doelen van het Nationaal Preventieakkoord, waarin wordt gestreefd naar een rookvrije generatie. Het beleid omtrent e-sigaretten moet inspelen op deze actuele situatie, zodat het gebruik ervan afneemt en de volksgezondheid beschermd kan blijven. Verder is het vaak lastig om vast te stellen in hoeverre een beleid in potentie effectief is. Meestal is de beleidstheorie niet geheel duidelijk en mist diepgang in onderbouwing. Bovendien is het e-sigarettenbeleid een relatief nieuw beleid met een relatief nieuwe aanpak. Het onderzoek richt zich op de effectiviteit van het e-sigarettenbeleid, waarbij de vraag rijst in hoeverre het huidige beleid effectief zal zijn in het terugdringen van het e-sigarettengebruik, vooral onder jongeren.

De beleidstheorie omtrent e-sigaretten is geanalyseerd door beleidsstukken te bestuderen en het voeren van interviews met betrokkenen bij het beleid. Deze beleidstheorie is geformuleerd aan de hand van mechanismen en de bijbehorende maatregelen. Verder is geëvalueerd welke mechanismen en de bijbehorende maatregelen effectief bleken te zijn in het verminderen van andere middelen, ook onder jongeren. Hierbij is gekeken naar het beleid omtrent alcohol en roken, dat samen met het theoretisch kader als maatstaf is gebruikt om de vermoedelijke effectiviteit van het e-sigarettenbeleid te kunnen onderbouwen.

Uit het onderzoek is gebleken dat het e-sigarettenbeleid gericht is op de bescherming van de volksgezondheid, met name die van jongeren. Dit betreft het ontmoedigen, verminderen en voorkomen van het gebruik van e-sigaretten, vooral onder jongeren. De beleidstheorie omtrent e-sigaretten omvat een aantal mechanismen, namelijk 'beschikbaarheid', 'zichtbaarheid', 'sociale norm', 'bewustwording' en 'aantrekkelijkheid'. Deze mechanismen kwamen in verschillende mate terug in het beleid omtrent alcohol en roken. Hieruit blijkt ook dat de mechanismen in verschillende mate effectief zijn in het terugdringen van het gebruik van deze producten, ook bij het gebruik onder jongeren. Bovendien is hieruit gebleken dat de maatregelen binnen het e-sigarettenbeleid inspelen op de beschikbaarheid, de aantrekkelijkheid en de bewustwording omtrent e-sigaretten. Daarna volgt de sociale norm en ten slotte volgt de zichtbaarheid. Verder blijkt hieruit dat verschillende maatregelen inspelen op de vijf mechanismen, zoals verkoopbeperkingen, het verbod op smaakjes, het verbod op reclame, het rookverbod, campagnes en het verhogen van de prijs, en zo op het verminderen van het e-sigarettengebruik onder jongeren. Deze maatregelen blijken potentieel het meest effectief te zijn in het inspelen op de mechanismen.

Het e-sigarettenbeleid lijkt in potentie dus effectief te zijn, omdat het beleid door middel van diverse maatregelen inspeelt op de vijf mechanismen. Daarbij spelen de maatregelen in op de geringe

mate van zelfcontrole bij jongeren en het hedonische goal-frame waar jongeren vaak vanuit handelen. Gezien de volwassen kloof die jongeren ervaren, hebben ze een verhoogd risico op het vertonen van risicogedrag. Een breed scala van maatregelen is dus van belang die inspelen op meerdere mechanismen. Het belangrijkste hierbij is dat het draait om een samenhangend pakket aan maatregelen. De optelsom van effectieve maatregelen van het beleid zullen gezamenlijk in zekere mate het e-sigarettengebruik onder jongeren dus terugdringen.

Daarbij zijn er bedreigingen voor de effectiviteit van de maatregelen binnen het e-sigarettenbeleid, zoals de ‘illegale’ verkoop van e-sigaretten, beperkte handhaving en het tempo waarin maatregelen worden doorgevoerd. Ten slotte worden enkele aanbevelingen gedaan voor het beleid, onder andere aanvullende maatregelen, zoals het verhogen van de leeftijdsgrens naar 21 jaar. Ook worden enkele aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek, namelijk een evaluatieonderzoek van losse maatregelen, het invoeren van een gestandaardiseerde monitor, onderzoek naar de vormen van bedreigingen voor het beleid en het benaderen van andere betrokkenen bij dit thema, zoals mensen uit de tabaksindustrie of (jonge) gebruikers van e-sigaretten.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	9
1.1 Onderwerp	9
1.2 Aanleiding	10
1.2.1 Prevalentie.....	11
1.2.2 Maatregelen.....	12
1.3 Wetenschappelijke relevantie	14
1.4 Onderzoeksvraag	16
1.4.1 Deelvragen	16
1.5 Leeswijzer	17
2. Theoretisch kader	18
2.1 Risicogedrag	18
2.1.1 Risicogedrag bij jongeren	19
2.2 Sociologische verklaringen	19
2.2.1 Adolescence-limited en life-course-persistent	19
2.2.2 Goal-framing theorie.....	20
2.2.3 Zelfregulatie	21
2.3 Verklaringen voor het gebruik van e-sigaretten	22
2.3.1 Verklaringen voor het gebruik van e-sigaretten onder jongeren	23
3. Methode.....	25
3.1 Definiëring en operationalisering	25
3.2 Methoden.....	26
3.2.1 Documentenanalyse en literatuurstudie	27
3.2.2 Interviews	28
3.3 Analyseopzet	30
3.3.1 Deelvraag 1 & 2	30
3.3.2 Deelvraag 3	31
3.3.3 Deelvraag 4	31
4. Resultaten	32
4.1 Doel van het beleid.....	32
4.1.1 Focus jongeren en kinderen	33
4.2 Mechanismen.....	34
4.2.1 Beschikbaarheid	35
4.2.2 Zichtbaarheid	37
4.2.3 Sociale norm.....	39
4.2.4 Bewustwording	41
4.2.5 Aantrekkelijkheid.....	44

5. Conclusie, discussie en aanbevelingen.....	48
5.1 Conclusie.....	48
5.2 Discussie.....	51
5.3 Aanbevelingen.....	53
5.3.1 Aanbevelingen voor beleid	53
5.3.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek.....	53
Literatuurlijst.....	55
Bijlagen	70
Bijlage 1: Informatie en toestemmingsformulier	70
Bijlage 2: Interviewschema	73
Bijlage 3: Overzicht literatuurstudie beleid omtrent alcohol en roken.....	75
Bijlage 4: Analyse beleidsstukken (e-sigaretten)	93
Bijlage 5: Analyse interviews.....	103

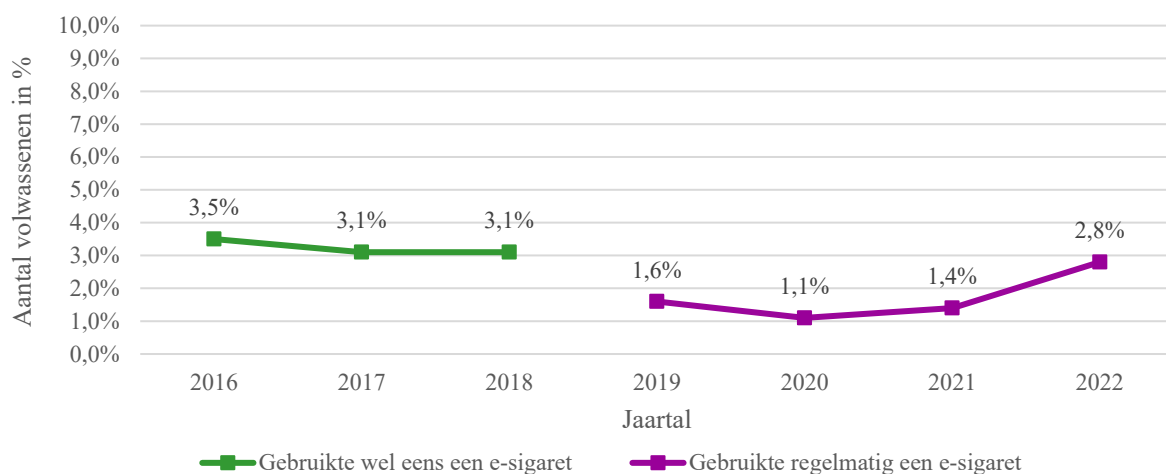
1. Inleiding

Het scriptieonderzoek focust zich op het beleid in Nederland om het gebruik van elektronische sigaretten, ook wel bekend als e-sigaretten, onder jongeren terug te dringen. In dit hoofdstuk wordt een introductie gegeven op het onderwerp. Vervolgens zal de aanleiding van het scriptieonderzoek worden beschreven. Ook wordt de relevantie van dit onderzoek gegeven. Daarna worden de onderzoeksvraag en de deelvragen geformuleerd. Tot slot wordt de leeswijzer van deze scriptie gegeven.

1.1 Onderwerp

De afgelopen vijf jaar roken steeds minder mensen in Nederland (Bommelé & Willemsen, 2022). In 2016 rookte nog 24,1% van de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder (Springvloet & Van Laar, 2017). Dit percentage daalde naar 20,6% in 2021 (Bommelé & Willemsen, 2022). Desondanks lijkt er een nieuwe zorg bij gekomen te zijn, namelijk de e-sigaret. In 2004 verscheen de eerste e-sigaret op de markt in Nederland, maar ongeveer tien jaar later lijken de e-sigaretten pas populair te worden (Willemsen et al., 2015). Vanaf 2016 is de e-sigaret meegenomen in de Leefstijlmonitor van het RIVM en het CBS (Willemsen et al., 2015). Sindsdien wordt bijgehouden hoeveel gebruik gemaakt wordt van e-sigaretten door de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder. In 2016, 2017 en 2018 is gevraagd aan mensen of ze weleens een e-sigaret hadden gebruikt en in 2019 t/m 2022 is gevraagd aan mensen of ze regelmatig een e-sigaret gebruiken. De resultaten van de verschillende Leefstijlmonitors zijn te zien in Figuur 1. De resultaten zijn afkomstig uit de Leefstijlmonitor van 2016 t/m 2021 (Bommelé & Willemsen, 2020a, 2020b, 2021, 2022, 2023; Springvloet & Van Laar, 2017; Springvloet et al., 2018). De manier van bevragen is veranderd tussen 2018 en 2019, waardoor geen duidelijke trend vast te stellen is in deze data. Echter, in de grafiek is te zien dat er tot 2022 een stabiele trend blijkt te zijn in het e-sigarettengebruik onder de Nederlandse volwassenen. In het jaar 2022 blijkt het aantal volwassen gebruikers van e-sigaretten, die regelmatig een e-sigaret gebruiken, te zijn verdubbeld.

Figuur 1: Resultaten e-sigarettengebruik onder de Nederlandse bevolking (18 jaar en ouder)



De e-sigaret verdampt een vloeistof die een mengsel van smaakstoffen en andere stoffen bevat (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu [RIVM], z.d.). Een e-sigaret bevat altijd de volgende drie onderdelen: een batterij, een verdamer (een elektronisch aangestuurd verwarmingselement) en een vloeistofpatroon (een vulling met e-vloeistof) (Gezond Leven, z.d.). De e-sigaret is verkrijgbaar in allerlei modellen. Een voorbeeld van een type e-sigaret is de shisha-pen (RIVM, z.d.). De e-sigaret heeft ook verschillende benamingen, zoals ‘vapes’ (Rijksoverheid, z.d.-c), ‘e-vapors’ (Boer et al., 2022), ‘e-smoker’, ‘Flavor Vape’ (Centraal Bureau voor de Statistiek [CBS], 2019) en ‘e-hookah’ (Buisman et al., 2015). Verder bestaan er verschillende systemen, zoals het podsysteem en wegwerp-e-sigaretten. De podsystemen bevatten een batterij en vervangbare pods. Deze pods bestaan uit een verdamer en een vloeistofpatroon. De wegwerp-e-sigaretten heeft deze elementen ook, maar deze zijn niet vervangbaar (Gezond Leven, z.d.).

De e-vloeistof van de e-sigaret wordt ook wel e-liquid genoemd. De vloeistof wordt verhit door de verdamer, waardoor aerosol (damp) ontstaat die door de gebruiker geïnhaleerd kan worden en door anderen in de buurt (Krüsemann, 2021). De e-liquid is een mengsel van smaakstoffen en andere stoffen. Voorbeelden van smaakstoffen zijn ‘tabak’, ‘koffie’, ‘hazelnoot’, ‘cola’, ‘aardbei’, ‘karamel’ en ‘vanille’. De andere stoffen zijn onder andere nicotine, propyleenglycol, glycerol, aldehyden, nitrosamines en metalen (Visser et al., 2015). Deze laatste stoffen zijn giftig en schadelijk voor de lichamelijke gezondheid. De e-liquids bevatten geen tabak, maar vaak wel nicotine. De e-liquid kan verschillende maten nicotine bevatten (Gezond Leven, z.d.). Een e-sigaret mag maximaal 20 mg/ml nicotine bevatten (Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit [NVWA], z.d.-a). Nicotine is een verslavende stof en heeft een versterkend effect op de smaak van de e-liquid. Soms bevat een e-sigaret nicotinezouten, waardoor mensen de vieze en prikkelende smaak van nicotine minder proeven (Heisen, 2020). Er bestaan talloze verschillende soorten e-liquids, waarin de verschillende stoffen in diverse hoeveelheden aanwezig zijn (Heisen, 2020). In een rapport van Troelstra, Croes et al. (2020a) wordt gesteld dat er bijna 20 duizend verschillende e-liquids bestaan in Nederland.

1.2 Aanleiding

De e-sigaret wordt vaak gepositioneerd als een potentieel minder schadelijk alternatief voor de traditionele sigaretten. Toch is ook het gebruiken van een e-sigaret slecht voor de gezondheid. Het bevat allerlei schadelijke stoffen en het inademen ervan heeft slechte invloed op het lichaam (RIVM, z.d.; Visser et al., 2015). Op de korte termijn kunnen gebruikers van e-sigaretten last krijgen van misselijkheid, hoofdpijn, duizeligheid en hoesten. Sommigen krijgen ook long- of keelontsteking door het gebruik van e-sigaretten (Rijke, 2015). Over de schadelijkheid van de stoffen in e-sigaretten op de lange termijn is weinig bekend, maar er zijn aanwijzingen dat de stoffen in e-sigaretten kunnen leiden tot schade aan luchtwegen en aan het hart- en vaatstelsel. Verder blijkt het gebruik van e-sigaretten op de lange termijn samen te hangen met EVALI. Dit is een longaandoening die kan leiden tot de dood (Troelstra, Croes et al., 2020). In de meeste e-sigaretten zit nicotine, wat een schadelijke en

verslavende stof is. Nicotine kan de hersenen van adolescenten beschadigen en zorgen voor problemen met aandacht, cognitie en stemming. Daarnaast kan het zorgen voor een hogere vatbaarheid voor een verslaving op latere leeftijd (Schaap et al., 2023). Ongeacht de schadelijkheid van de e-sigaret zijn er aanwijzingen dat een e-sigaret ‘minder ongezond’ is dan een gewone sigaret (RIVM, z.d.). Zo blijkt het ‘meedampen’ met e-sigaretten schadelijk te zijn, maar minder schadelijk dan het meerooken met gewone sigaretten (Troelstra, Croes et al., 2020). Het idee van de ‘minder ongezonde’ e-sigaret leeft dan ook veel onder de jongeren, waardoor deze e-sigaret ondertussen populair is geworden (Pauwels, 2022). Ondanks het idee van de ‘onschuldige e-sigaret’ blijft dit product, in welke vorm of smaak dan ook, een schadelijk product (RIVM, z.d.). Immers, minder schadelijk betekent niet onschadelijk (Schaap et al., 2023). Het gebruik hiervan wordt daarom gezien als risicogedrag, vanwege onder andere de gezondheidsrisico's van gebruik van e-sigaretten (TabakNee, 2019).

1.2.1 Prevalentie

Uit de leefstijlmonitor over het jaar 2022 (Bommelé & Willemsen, 2023) blijkt dat van de Nederlandse volwassenen (van 18 jaar en ouder) 2,8% regelmatig een e-sigaret gebruikt. Verder geeft 3,4% van de volwassenen aan vroeger weleens een e-sigaret te hebben gebruikt. De e-sigaret wordt het meest gebruikt door volwassenen die daarnaast tabaksproducten roken. Verder wordt de e-sigaret het meest gebruikt onder volwassenen met een middelbare opleiding, onder volwassenen tussen de 18 en 34 jaar en onder volwassenen met migratieachtergrond (westers en niet-westers). Er is bijna geen verschil in het percentage mannen en vrouwen die een e-sigaret gebruiken. Bij mannen komt dit neer op 3,1% en bij vrouwen op 2,5% (Bommelé & Willemsen, 2023). Dit is ongeveer gelijk aan de verhoudingen tussen mannen en vrouwen als gekeken wordt naar het roken van sigaretten of shag. Als we kijken naar het (zwaar) roken, komen de mannen meer naar voren dan de vrouwen. Zo rookt in 2021 24,7% van de mannen en 16,6% van de vrouwen. Verder rookt 3,6% van de mannen zwaar en 1,9% van de vrouwen, waarbij zwaar roken verwijst naar iemand die gemiddeld 20 sigaretten of meer per dag rookt (Bommelé & Willemsen, 2022). De meest recente cijfers omtrent het gebruik van e-sigaretten onder jongeren komen uit de Jongerenmonitor tabaks- en nicotineproducten van het Trimbos-instituut (Garritsen, Bommelé et al., 2023). In 2023 gebruikt 10,3% van de Nederlandse jongeren van 12 tot en met 25 jaar maandelijks een e-sigaret. Van deze gebruikers van e-sigaretten gebruikt 69,1% ook elke maand tabakssigaretten. Verder geeft 2,1% aan dagelijks e-sigaretten te gebruiken en 21,7% zegt in de afgelopen maand een e-sigaret gebruikt te hebben (Garritsen, Bommelé et al., 2023).

Door het Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) is onderzoek gedaan naar het rookgedrag (ook van e-sigaretten) onder jongeren in Nederland uit groep 8 van de basisschool en in het voortgezet onderwijs tot en met 16 jaar (Boer et al., 2022). In 2021 gaf 2% van de leerlingen uit het basisonderwijs aan ooit een e-sigaret te hebben gebruikt. In deze periode geeft 14,1% van de leerlingen uit het voortgezet onderwijs aan ooit een e-sigaret te hebben gebruikt. Verder blijkt dat het

gebruik van e-sigaretten steeds hoger wordt, naarmate de leerlingen ouder zijn. Het gebruik van de e-sigaret blijkt (vergeleken met de cijfers uit 2015, 2017 en 2019) door de jaren heen te dalen. In 2015 gebruikt 34,3% van de leerlingen, in 2017 was dat 27,5% en in 2019 24,8%. Het is lastig om te zeggen in hoeverre het gebruik echt zo hard is gedaald, aangezien er ook een andere methode is gebruikt voor het ondervragen van de leerlingen in 2021. Een andere vertekening van de cijfers is nog dat jongeren een ‘vape’ of ‘vapor’ niet echt zien als het gebruiken van een e-sigaret (Boer et al., 2022; Trimbos-instituut, z.d.-b). Daarnaast zijn signalen te vinden dat e-sigaretten in de laatste jaren juist populairder zijn geworden onder de jongeren. Onder hen leeft het idee dat de e-sigaret ‘minder ongezond’ en ‘minder verslavend’ is dan een gewone sigaret. Dit komt mede door de fruitige smaakjes, waarin e-sigaretten verkrijgbaar zijn (Troelstra, Croes et al., 2020). Deze beweging in de markt van e-sigaretten kan wellicht net gemist zijn door het HBSC onderzoek (Boer et al., 2022).

1.2.2 Maatregelen

Om het gebruik van e-sigaretten onder de Nederlandse bevolking te verminderen, worden er door zowel de Nederlandse overheid als het Europese Parlement maatregelen getroffen en regels opgesteld (Rijksoverheid, z.d.-c; NVWA, z.d.-b; ZETES, z.d.). Deze regels zijn in Nederland vastgelegd in de Tabaks- en rookwarenwet en hebben betrekking op de productie, de import, de verkoop en het gebruik van e-sigaretten (Tabaks- en rookwarenwet, 2022). Hierbij worden specifieke eisen gesteld aan de veiligheid, de samenstelling van de e-liquids en de etikettering van de e-sigaretten (Rijksoverheid, z.d.-c). Deze wet is gebaseerd op de Tabaksproductenrichtlijn (TPD) van de EU. De TPD definieert sinds 2014 het raamwerk voor tabaksproducten (European Tobacco Products Directive [TPD], 2014). Alle marktdeelnemers van de tabakssector moeten zich houden aan deze richtlijn (ZETES, z.d.). In de TPD worden onder andere eisen gesteld aan de productie, presentatie en verkoop van tabaks- en aanverwante producten (NVWA, z.d.-b). Een voorbeeld van een eis aan de verpakkingen van tabaksproducten is dat er waarschuwingen voor gezondheidsrisico's op moeten staan (Rijksoverheid, z.d.-a).

Verder worden er in Nederland doelen opgesteld met betrekking tot het verminderen van het rookgedrag, inclusief het gebruik van e-sigaretten. Zo zijn in het Nationaal Preventieakkoord uit 2018 de onderwerpen roken en e-sigaretten meegenomen (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport [VWS], 2018). In dit akkoord wordt aangegeven dat de overheid streeft naar een rook- en tabaksvrije omgeving, inclusief e-sigaretten met en zonder nicotine. Vanuit dit streven is in juli 2020 het rookverbod uitgebreid met een verbod op het gebruik van zowel e-sigaretten met als zonder nicotine, wat betekent dat het gebruik ervan verboden is waar het ook verboden is om te roken (VWS, 2018). Daarnaast zijn er steeds meer regels van kracht omtrent de verkoop en het gebruik van e-sigaretten (Van Giessen et al., 2021). Gebruikers van e-sigaretten moeten bijvoorbeeld 18 jaar of ouder zijn. Verder worden eisen gesteld op het gebied van bijvoorbeeld de veiligheid, het nicotinegehalte en de etikettering. Ook geldt een uitstalverbod voor e-sigaretten, wat inhoudt dat verkooppunten e-

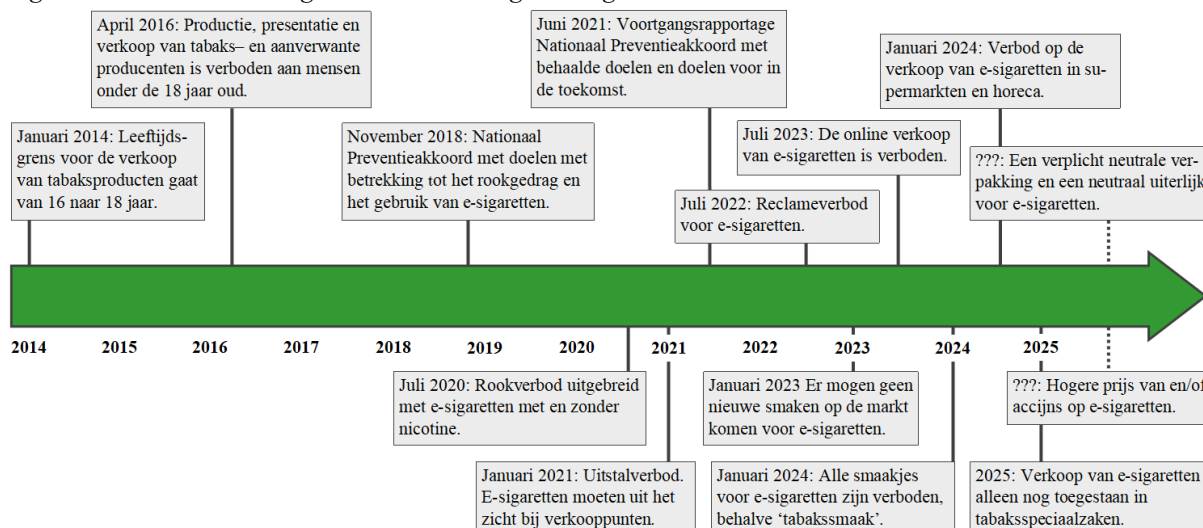
sigaretten uit het zicht moeten plaatsen (Rijksoverheid, 2020b, z.d.-b). De NVWA ziet toe op de naleving van deze maatregelen en regels (Rijksoverheid, z.d.-c).

Naast de bestaande wet- en regelgeving zijn er nieuwe regels en beleidspunten geïntroduceerd (Rijksoverheid, z.d.-c). Op 1 januari 2023 is bijvoorbeeld een verbod ingegaan op e-sigaretten met aantrekkelijke smaken, zoals zoete en fruitige smaken. De smaak ‘tabak’ blijft wel toegestaan. Op deze manier hoopt de overheid e-sigaretten minder aantrekkelijk te maken voor jongeren. Producenten en verkopers krijgen tot 1 januari 2024 de tijd om zich aan te passen aan deze nieuwe wetgeving. De bestaande voorraad mag tot dan worden verkocht. Vanaf die datum zijn alle e-sigaretten met een smaakje behalve de smaak ‘tabak’ verboden (Rijksoverheid, z.d.-c; Schaap et al., 2023). Deze uitzondering is gemaakt, zodat rokers e-sigaretten kunnen blijven gebruiken voor een poging om te stoppen met roken van gewone sigaretten (Rijksoverheid, 2020a). De toegestane tabaksmaken bestaan uit 16 verschillende smaakstoffen die ook na het verbod nog gebruikt mogen worden (VWS, 2022c). Deze smaakstoffen zijn geselecteerd uit een lijst van 23 tabakssmaakstoffen samengesteld door het RIVM (Pennings et al., 2021). De zeven overgebleven smaakstoffen die niet zijn meegenomen, blijken schadelijke gezondheidseffecten te hebben (Staal et al., 2022). Met slechts 16 toegestane smaakstoffen na het verbod, zijn dit aanzienlijk minder smaakstoffen dan de vele honderden bestaande smaakstoffen die momenteel in e-sigaretten in Nederland worden gebruikt (Troelstra, Croes et al., 2020).

Daarnaast staat in het Nationaal Preventieakkoord dat wordt gestreefd naar het verminderen van het aantal verkooppunten door eerst de online verkoop te verbieden, dan de verkoop te verbieden in supermarkten en horeca-inrichtingen en tot slot de verkoop alleen nog maar toe te staan in tabaksspeciaalzaken. Daarnaast staat in het akkoord dat wordt gestreefd naar verplichte neutrale verpakkingen en een verplicht neutraal uiterlijk voor de e-sigaretten, maar het is nog niet bekend wanneer deze verplichtingen van kracht gaan (Rijksoverheid, z.d.-b, z.d.-c; VWS, 2018).

In Figuur 2 is een overzicht te vinden van de genomen maatregelen, de maatregelen die nu ingevoerd worden en de maatregelen die op de planning staan. Ook staan de belangrijkste doelen die opgesteld zijn met betrekking tot het gebruik van e-sigaretten in het overzicht. De informatie in de figuur is afkomstig van de Rijksoverheid en de NVWA (NVWA, z.d.-a; Rijksoverheid, z.d.-b; Rijksoverheid, z.d.-c). De afgelopen jaren is er sprake van toegenomen aandacht voor het gebruik van e-sigaretten en de maatregelen die worden genomen om het gebruik van e-sigaretten te verminderen. Dit is naar aanleiding van de conclusies van het Trimbos-instituut. Zij hebben vastgesteld dat e-sigaretten gevaarlijker en schadelijker zijn dan aanvankelijk gedacht werd. Het Trimbos-instituut beveelt aan dat het gebruik van e-sigaretten beperkt moet blijven tot de mensen die roken en willen stoppen met roken. Hierbij gaat het om de groep rokers die willen stoppen met roken en waarbij het niet lukt om te stoppen met andere bewezen effectieve hulpmiddelen (Rijksoverheid, z.d.-c).

Figuur 2: Overheidsmaatregelen met betrekking tot e-sigaretten



1.3 Wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek richt zich op het e-sigarettenbeleid, een onderdeel van het gezondheidsbeleid in Nederland. Het verbeteren van de volksgezondheid staat hierin centraal. Een belangrijk en recent thema hiervan is 'Healthy Ageing' (Beenen et al., 2018). Hier is de laatste jaren veel aandacht voor gekomen. Hierbij staat de vraag hoe mensen gezond ouder kunnen worden centraal. In tegenstelling tot het zorgsysteem in Nederland, dat zich meer op verzorgen en genezen richt, focust Healthy Ageing zich op de preventie en amplitie op het gebied van gezondheid. Preventie gaat over het voorkomen van verzuim bijvoorbeeld. Amplitie gaat over het vergroten en het versterken van de aanwezige capaciteiten die gezondheid kunnen bevorderen, zoals bepaalde vaardigheden of kennis (Beenen et al., 2018). Het gebruiken van e-sigaretten is slecht voor de gezondheid van de mensen. De e-vloeistoffen bevatten schadelijke stoffen. Op de korte termijn en op de lange termijn blijken e-sigaretten negatieve gevolgen te hebben voor de gezondheid. Het gebruik van e-sigaretten onder jongeren belemmert het streven van Healthy Ageing. Het is dus van belang dat geprobeerd wordt te voorkomen dat jongeren e-sigaretten gaan gebruiken, zodat jongeren gezond ouder kunnen worden.

Het gebruik van e-sigaretten levert voor mensen gezondheidsrisico's en -problemen op. Toch worden er e-sigaretten gebruikt. Zoals eerder is genoemd, gebruikt in 2022 2,8% van de volwassenen in Nederland regelmatig een e-sigaret (Bommelé & Willemsen, 2023). Verder blijkt dat in 2021 14,1% van de leerlingen uit het voortgezet onderwijs ooit een e-sigaret hebben gebruikt (Trimbos-instituut, z.d.-b). Verder blijkt, zoals eerder is genoemd, dat in 2023 ongeveer 1 op de 10 Nederlandse jongeren van 12 tot en met 25 jaar maandelijks een e-sigaret gebruikt (Garritsen, Bommelé et al., 2023). Het gebruik van e-sigaretten kan lichamelijke problemen opleveren en er zijn e-sigaretten die de verslavende stof nicotine bevatten. Verder blijkt het gebruik van e-sigaretten deels samen te hangen met het gebruik van gewone sigaretten. Mensen kunnen e-sigaretten gebruiken om te stoppen met roken, maar in 2022 lukt 63,7% van de e-sigaretgebruikers het niet om volledig over te stappen (Schaap et al., 2023). Uit onderzoek blijkt dat er nog onvoldoende bewijs is voor de e-sigaret als

hulpmiddel bij het stoppen met roken (Trimbos-instituut, 2017). Daarnaast kunnen e-sigaretten een opstapje zijn naar het roken van gewone sigaretten (Troelstra, Croes et al., 2020). Dit strookt met het gegeven dat in Nederland gestreefd wordt naar een Rookvrije Generatie (Rookvrije Generatie, z.d.) en dat in het Nationaal Preventieakkoord uit 2018 wordt gestreefd naar een rook- en tabaksvrije omgeving (VWS, 2018).

Tegelijkertijd heeft de tabaksindustrie (ook de industrie van e-sigaretten) er baat bij dat de jongeren veel gebruik maken van e-sigaretten met de aantrekkelijke smaakjes. De smaakjes geven onterecht het idee dat e-sigaretten onschuldig zijn (Heisen, 2020; Schaap et al., 2023). Het idee dat e-sigaretten met nicotine zeer verslavend zijn, komt hierdoor niet naar boven bij jongeren. Tegelijkertijd lijken e-sigaretten minder verslavend, omdat de vieze smaak van nicotine wordt verminderd door nicotinezouten. Daarnaast richt de branche zich op jongeren met behulp van de smaakjes, kleuren en lampjes van de e-sigaretten en door het inzetten van influencers voor promotie van e-sigaretten (Heisen, 2020). De marketing is duidelijk meer gericht op jongeren en levert meer verslavingen op bij deze jongeren. E-sigaretten worden steeds meer gezien in het dagelijks leven en vooral in het uitgaansleven. E-sigaretten eindigen op de vloeren van de uitgaansgelegenheden, waar deze verboden zijn om te gebruiken. Jongeren kunnen e-sigaretten makkelijk stiekem gebruiken en snel verstopten, waardoor het lastig is om jongeren erop aan te spreken (Jessurun & Peene, 2022). Verder is de tabaksindustrie tegen het nieuwe beleid omtrent e-sigaretten, voornamelijk vanwege het smaakjesverbod (NOS Nieuws, 2023a). De branche doet er van alles aan om dit verbod tegen te gaan (Telegraaf, 2023). De doelen van de tabaksindustrie en de doelen van het Nationaal Preventieakkoord laten verschillende belangen zien omtrent e-sigaretten die met elkaar botsen.

Ten slotte is het een recent thema waar soms nieuwe maatregelen voor nodig zijn. Zo is het verbod op smaakjes bij e-sigaretten een relatief nieuw verbod dat nog maar in een paar landen wordt toegepast. Binnen Europa worden in Finland, Hongarije en Estland de smaken en geuren van e-vloeistoffen voor e-sigaretten gereguleerd of zelfs al verboden (Rijksoverheid, 2021). In Finland wordt veel gedaan om het gebruik van sigaretten en e-sigaretten terug te dringen. Zo heeft Finland in 2016 al een verbod op smaakjes en geuren ingeluid voor e-sigaretten. In Finland is het gebruik van e-sigaretten dan ook lager dan in de meeste landen binnen Europa (Ollila, 2019). In 2017 ligt het percentage e-sigarettengebruik onder de bevolking van 15 jaar en ouder in Finland op 1%, wat lager is dan het Europese gemiddelde van 2% (European Commission, 2021). Tegelijkertijd wordt de e-sigaret in andere landen binnen Europa juist gepromoot als hulpmiddel om te stoppen met roken, zoals in het Verenigd Koninkrijk (Troelstra, Croes et al., 2020). In 2017 ligt het percentage e-sigarettengebruik in het Verenigd Koninkrijk op 4%, wat hoger is dan het Europese gemiddelde van 2% (European Commission, 2021). Voor alle landen die overwegen een verbod in te laten gaan op de smaakjes, kan dit onderzoek een verduidelijking en verdieping geven voor de overweging. Ook geeft dit onderzoek een verdieping en onderbouwing voor de effectiviteit van het beleid omtrent e-sigaretten in Nederland.

1.4 Onderzoeksvraag

Het nieuwe beleid speelt in op de aantrekkelijke smaakjes van e-sigaretten, met als doel deze minder aantrekkelijk te maken voor jongeren (Rijksoverheid, z.d.-c). Onder andere de bezorgdheid van artsen over de schadelijkheid en populariteit van e-sigaretten bij jongeren laat het belang zien van een oplossing voor dit probleem (Kleijne, 2023; TabakNee, 2023a). Het verminderen van het gebruik van e-sigaretten onder jongeren is van groot belang. Dit vereist aanpassingen in het beleid omtrent e-sigaretten, zodat het aansluit bij de huidige realiteit. Hierom staat de volgende onderzoeksvraag centraal in dit onderzoek:

“In hoeverre zal het beleid omtrent e-sigaretten in Nederland het gebruik van e-sigaretten onder jongeren terugdringen?”

1.4.1 Deelvragen

Het is vaak gissen naar de beleidstheorie waar het beleid op wordt gebaseerd. Hoewel er doorgaans documenten zijn die er iets over vermelden, ontbreekt het vaak aan diepgang in de toelichtingen en verklaringen (Van Hoesel, 2017). Daarnaast heeft de beleidstheorie niet altijd een wetenschappelijk fundament (Bongers, 2023). Dit maakt het lastig om te achterhalen welke mechanismen ten grondslag liggen aan het beleid. Hierdoor is het tevens moeilijk te voorspellen in hoeverre de beleidsdoelen worden behaald. Daarom staat (re)constructie van de beleidstheorie centraal in dit onderzoek. De beleidstheorie omvat het geheel van veronderstellingen waarop beleid berust (Bongers, 2023). Het biedt inzicht in de mechanismen die het beleidsprobleem, de beleidsinzet en de beleidsdoelen met elkaar verbinden. Op basis van de beleidstheorie kan een voorspelling worden gedaan over de effectiviteit van de maatregelen tegen e-sigaretten.

Om tot de constructie van de beleidstheorie omtrent e-sigaretten te komen, wordt in dit onderzoek gebruikgemaakt van de methode ‘Realistic Evaluation’ (Pawson & Tilley, 1997). Het beleid en de doelen ervan hebben tot doel bepaald gedrag te veranderen. De methode biedt een manier om de mechanismen, die ten grondslag liggen aan het beleid, inzichtelijk te maken, namelijk CMO-schema’s (Pawson & Tilley, 1997). Ter ondersteuning van deze methode wordt in dit onderzoek gebruikgemaakt van de ‘Policy Scientific Approach’ (Ehren et al., 2005). Deze methode geeft een stappenplan voor het logisch onderbouwen van de mechanismen. Aan de hand van deze twee methodes zijn de deelvragen grotendeels geformuleerd. Dit wordt verder toegelicht in het volgende hoofdstuk.

Er is bijna geen evaluatieonderzoek gedaan naar de maatregelen tegen e-sigaretten, omdat het probleem omtrent e-sigaretten een recent vraagstuk is met een relatief nieuwe aanpak. Desondanks worden er allerlei maatregelen genomen om de doelen uit het Nationaal Preventieakkoord te realiseren. Om iets over deze maatregelen en de mechanismen waarop deze maatregelen inspelen te

zeggen is meer informatie nodig. Bovendien is meer diepgang nodig om iets te zeggen over de effectiviteit met betrekking tot het verminderen van het e-sigarettengebruik onder jongeren. De beleidstheorie voor andere middelen in Nederland kan deze informatie verschaffen. Het gebruik van verschillende middelen is allemaal op een andere manier risicovol en er bestaat een verschil wat betreft de maatschappelijke acceptatie van de verschillende middelen. Om zo dicht mogelijk bij de e-sigaretten en bij jongeren te blijven, is er gekeken naar het roken van gewone sigaretten en het drinken van alcoholische dranken. Ook is gekeken naar de aanpak van deze vormen van risicogedrag. Deze informatie kan diepgang bieden in het toelichten van mechanismen die ten grondslag liggen aan beleid. Veel maatregelen, die getroffen zijn om het alcoholgebruik en het sigarettengebruik te minderen, zijn wel onderzocht op effectiviteit. Deze informatie kan iets zeggen over de effectiviteit van het beleid omtrent e-sigaretten.

Om te onderzoeken wat de beleidstheorie is en in hoeverre het beleid omtrent e-sigaretten effectief kan zijn, zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. *Wat is het doel van het beleid omtrent e-sigaretten in Nederland?*
2. *Welke mechanismen liggen ten grondslag aan het beleid omtrent e-sigaretten in Nederland?*
 - *Welke mechanismen zijn gericht op het e-sigarettengebruik onder jongeren?*
3. *Welke mechanismen zijn te vinden in literatuur van beleid in Nederland omtrent alcohol en gewone sigaretten en welke maatregelen horen hierbij?*
 - *Welke mechanismen zijn gericht op het verminderen van alcoholgebruik en sigarettengebruik onder jongeren en welke maatregelen horen hierbij?*
4. *In hoeverre komen de bewezen effectieve mechanismen met bijbehorende maatregelen uit de literatuur overeen met de mechanismen uit het beleid omtrent e-sigaretten?*
 - *In hoeverre komen de bewezen effectieve mechanismen gericht op jongeren met bijbehorende maatregelen uit de literatuur overeen met de mechanismen gericht op jongeren uit het beleid omtrent e-sigaretten?*

1.5 Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk behandelt het theoretisch kader van het onderzoek, waarin risicogedrag wordt besproken en sociologische verklaringen worden gegeven. Hoofdstuk drie beschrijft het methodologische kader en de opzet van dit onderzoek, waarbij zowel de interviews als de documentenanalyse en de literatuurstudie aan bod komen. Hoofdstuk vier presenteert de resultaten uit de documentenanalyse, literatuurstudie en interviews. Tot slot wordt in hoofdstuk vijf een conclusie getrokken met betrekking tot de onderzoeksvraag en de deelvragen. Hierbij worden ook de discussiepunten van dit onderzoek besproken en worden enkele aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek op basis van de conclusie en discussie.

2. Theoretisch kader

Dit hoofdstuk behandelt de theorie met betrekking tot de opgestelde onderzoeksvraag. Het gebruik van e-sigaretten wordt gezien als een vorm van risicogedrag, vanwege onder andere de gezondheidsrisico's hiervan. Er worden definities gegeven van risicogedrag en er wordt beschreven wat kan worden gezien als risicogedrag. Daarnaast wordt besproken wat risicogedrag is in de adolescentie. Verder worden sociologische verklaringen gegeven voor risicogedrag, namelijk de 'Developmental theory of crime' van Moffitt (1993), de 'Goal-framing' theorie van Lindenberg (2006) en de zelfregulatie theorie. Tot slot worden aan de hand van deze theorieën verklaringen gegeven voor het gebruik van e-sigaretten onder mensen in het algemeen en onder jongeren.

2.1 Risicogedrag

Risicogedrag is gedrag waarbij de uitkomst van het gedrag niet zeker is, maar waarvan dat potentieel negatief is (Oosterheerd, 2015). Naast deze definitie wordt soms een meer uitgebreide definitie gebruikt voor risicogedrag, namelijk "elk gedrag dat een onredelijke kans met zich meebrengt op ernstige negatieve consequenties voor het individu of voor anderen wat betreft gezondheid, het economische, psychische of sociale functioneren" (Truijens, 2010, p. 16). Daarnaast wordt risicogedrag door de meeste mensen in de samenleving afgekeurd en soms is het wettelijk verboden (Van Geffen & Gumbs, 2005). Verder wordt ook gesteld dat risicogedrag een bedreiging vormt voor de veiligheid en ontplooiingsmogelijkheden van individuen. Gevolgen van risicogedrag kunnen dus vervelend of zelfs ernstig zijn (Truijens, 2010).

De Commissie Jeugdonderzoek onderscheidt vier categorieën van risicogedrag, namelijk risicogedrag met gezondheidsconsequenties, met economische consequenties, met sociale consequenties en met internaliserende consequenties (Truijens, 2010). Risicogedrag bestaat uit verschillende vormen van problematisch gedrag. Hierin kan onderscheid gemaakt worden tussen internaliserende en externaliserende problemen. Bij internaliserende problemen kan je denken aan depressiviteit, suïcide en een eetstoornis (Van Geffen & Gumbs, 2005). Bij externaliserende problemen kan je denken aan spijbelen, roken, alcoholgebruik, gokken, roekeloos rijgedrag, geweldsincidenten, drugsmisbruik en seksueel risicogedrag (Franken et al., 2020; Oosterheerd, 2015; Van der Laan et al., 2006). Onder risicogedrag worden ook alle vormen van antisociaal gedrag gerekend, omdat beide vormen van problematisch gedrag worden afgekeurd door belangrijke anderen uit de sociale omgeving van mensen (Franken et al., 2020; Van Geffen & Gumbs, 2005). Alle verschillende vormen van risicogedrag ontwikkelen zich veelal tegelijkertijd en gaan vaak hand in hand (Franken et al., 2020).

2.1.1 Risicogedrag bij jongeren

De adolescentie wordt gekenmerkt door het opzoeken van grenzen en een verhoogde kans op risicogedrag (Franken et al., 2020; Van der Laan et al., 2006). Terwijl jongeren beter worden in het logisch redeneren en beter kunnen omgaan met lichamelijke ongemakken dan kinderen, lijken ze meer behoefte te hebben aan spanning dan kinderen (Chang & Seo, 2021). Dit lijkt samen te hangen met de prefrontale kwab van de jongeren, die nog niet volledig volgroeid is tijdens de adolescentie. Hierdoor kunnen jongeren nog moeite hebben met het juist inschatten van risico's en zich eerder roekeloos gedragen. Sommige jongeren vertonen risicogedrag door het verschil tussen de waargenomen risico's en de daadwerkelijke risico's of door het belonende effect van gedrag en het tekort aan zelfcontrole. Anderen vertonen risicogedrag door de groep waarin ze zitten, vooral als het gaat om antisociale leeftijdsgenoten (Chang & Seo, 2021).

Een verhoogde kans op risicogedrag maakt dat jongeren meer kans hebben op de (ernstige) negatieve cognitieve consequenties. Echter, wanneer risicogedrag in een geringe mate voorkomt, kan het een functionele waarde hebben voor de ontwikkeling van jongeren. Beschermende factoren, zoals rolmodellen voor gebruikelijk gedrag en betrokken ouders, dragen bij aan het verminderen van de kansen op risicogedrag en het matigen van de impact van risicogedrag (Van der Laan et al., 2006). Risicogedrag met betrekking tot middelengebruik kan negatieve gevolgen hebben voor zowel de fysieke, psychische als sociale gezondheid van mensen (De Pauw, 2009). Hoewel de adolescentie over het algemeen één van de meest gezonde perioden in het leven is, vormt het gebruik van middelen de grootste bedreigingen voor de gezondheid en het welzijn van de jongeren (Feldman, 2016).

2.2 Sociologische verklaringen

2.2.1 *Adolescence-limited en life-course-persistent*

Om het risicogedrag van jongeren te verklaren aan de hand van sociologische theorieën kan in eerste instantie worden gekeken naar de 'Developmental theory of crime' van Moffitt (1993) over adolescence-limited antisociaal gedrag. Deze theorie maakt onderscheid tussen life-course persistent en adolescence-limited in antisociaal gedrag bij jongeren. De groep mensen die behoort tot de life-course-persistent vertoont constant antisociaal gedrag gedurende hun leven. Dit is een kleine groep in vergelijking met de adolescence-limited groep. Deze groep bestaat uit de mensen die tijdelijk antisociaal gedrag vertonen. Het antisociale gedrag van de adolescence-limited groep wordt verklaard door de kloof tussen de biologische ontwikkeling en de sociale volwassenheid (Moffitt, 1993).

Met deze theorie van Moffitt kan risicogedrag in de adolescentie worden verklaard. De adolescenten zijn biologisch gezien volwassen, maar sociaal gezien mogen ze nog weinig dingen doen die volwassenen wel mogen (Moffitt, 1993). Ze mogen nog niet stemmen, autorijden, drinken en stoppen met school. Adolescenten worden dus gevraagd om te wachten met volwassen activiteiten. Dit kan leiden tot onvrede bij de adolescenten en risicogedrag kan hiervoor een uitlaatklep zijn. Dat uit

zich in bijvoorbeeld spijbelen of het plegen van delicten. Door deze uitlaatklep lijken jongeren die veel risicogedrag vertonen minder last te hebben van deze kloof (Agnew, 2003; Van der Laan et al., 2006). Ze worden soms populair en vallen op door het gedrag dat zij laten zien. Hierdoor lijken zij volwassener dan de jongeren die dit gedrag niet laten zien. Delinquente of antisociale jongeren kunnen veel invloed hebben op niet-delinquente jongeren, die ook streven naar deze volwassen status, waardoor deze jongeren meer kans hebben om risicogedrag te vertonen (Chang & Seo, 2021; Sijtsema, 2010). Het antisociale gedrag lijkt een interessante manier voor jongeren om status te krijgen, waardoor jongeren gedreven kunnen worden tot risicogedrag (Moffitt, 1993).

2.2.2 Goal-framing theorie

In tweede instantie kan worden gekeken naar de ‘Goal-framing’ theorie van Lindenberg (2006). Deze theorie maakt onderscheid tussen drie verschillende ‘frames’ die de manier bepalen waarop mensen denken, informatie tot zich nemen en handelen (Lindenberg & Steg, 2007). Er zijn drie goal-frames: hedonische goal-frame, instrumentele goal-frame en normatieve goal-frame. Het hedonische goal-frame is gericht op eigenbelangen op de korte termijn, het instrumentele goal-frame is gericht op eigen winst op de lange termijn en het normatieve goal-frame is gericht op het collectief. Welke goal-frame op de voorgrond staat, hangt af van de situatie en kan ook wisselen (Lindenberg & Steg, 2007). Het ene goal-frame is in de basis wel sterker dan de ander. Hoe meer een goal-frame met iemands emoties en iemands zelf is verbonden, des te sterker deze goal-frame is. Het hedonische goal-frame is direct verbonden met de emoties en is hierdoor sterker dan de andere twee goal-frames. Voor de andere twee goal-frames moeten factoren aanwezig zijn die de frames kunnen versterken. Zo kan het hebben van een religieuze overtuiging in een groep de normatieve goal-frame op de voorgrond brengen (Lindenberg, 2006).

In het geval van risicogedrag is het van belang om te kijken naar het hedonische goal-frame. Het centrale doel bij het hedonische goal-frame is om te doen wat goed voelt (Lindenberg & Steg, 2007). Het hedonische goal-frame stelt dat mensen redeneren en handelen vanuit het hier en nu. Mensen die handelen vanuit het hedonische goal-frame zullen bijvoorbeeld negatieve emoties en inspanningen vermijden en zoeken naar plezier, comfort en positieve gedachten (Lindenberg, 2022). De hoge behoefte aan stimuli kan zorgen voor een verhoogde kans op risicogedrag (Sijtsema, 2010).

Mensen worden bij het hedonische goal-frame gedreven door fysieke en sociale behoeften, waarbij nauwelijks wordt gekeken naar de toekomst. Fysieke behoeften bestaan bijvoorbeeld uit comfort en stimulatie. Sociale behoeften bestaan bijvoorbeeld uit status, affectie en gedragsbevestiging (Sijtsema, 2010). De sociale omgeving van jongeren laat zien welke sociale normen gelden en jongeren zijn geneigd om zich te conformeren aan deze sociale normen, verwachtingen en het gedrag van anderen (Zimbardo et al., 2017). Zelfs sociale dwang of groepsdwang kan hierbij een rol spelen (Morrison & Bennett, 2015). Vrienden spelen dus een grote rol in het beïnvloeden van het gedrag van jongeren (Feldman, 2016). Zo kunnen jongeren gaan beginnen met roken om meer bij een

viendengroep te kunnen horen. Ook binnen een subcultuur (“grotere groep bestaande uit individuen die bepaalde eigenschappen gemeen hebben maar die niet per se contact met elkaar hebben” (Feldman, 2016, p. 491)) van jongeren kan de sociale norm gelden dat het normaal is om bijvoorbeeld te roken of om andere drugs te gebruiken (Feldman, 2016).

2.2.3 Zelfregulatie

In derde instantie is de theorie van zelfregulatie van belang. Zelfregulatie, ook wel bekend als zelfcontrole, vormt naast zelfkennis een essentieel onderdeel van het zelf (Aronson et al., 2014). Zelfregulatie omvat het stellen van doelen, het hebben van de intentie en middelen om deze doelen te bereiken, het vermogen om verleidingen te weerstaan en om vast te houden aan de gestelde doelen. Met andere woorden, het betreft het beheersen van gedrag, gedachten en emoties die contrair zijn met iemands morele overtuigingen (Wikström & Treiber, 2007). Aan de andere kant kan het ook betrekking hebben op het standhouden van gedrag dat in lijn is met specifieke normen of waarden (Duckworth & Steinberg, 2015). Dit maakt zelfregulatie een sociaal proces, waarbij sociale ondersteuning en sociale binding van belang zijn (Lindenberg, 2013). Door middel van ervaring en oefening ontwikkelen mensen verschillende manieren van zelfregulatie, waarbij de ene effectiever kan zijn dan de andere, zoals ontspanning en gedachteonderdrukking. Ook het oplossen van cognitieve dissonantie door zelfbevestiging of rationaliseren kan een vorm van zelfregulatie zijn (Aronson et al., 2014). De ontwikkeling van sociale en emotionele vaardigheden kan bijdragen aan het vergroten van zelfregulatie (Wikström & Treiber, 2007), zoals mindfulness (King, 2016).

Een goede mate van zelfregulatie gaat over het opstellen van doelen, het monitoren van de voortgang, zelfmotivatie, zelfevaluatie, zelfbeloning en het leren van fouten (Lang & Van der Molen, 2012). Daarnaast zijn mensen met een hoge mate van zelfregulatie in staat om mogelijke gedragsalternatieven in te schatten en juiste keuzes te maken uit deze alternatieven. Bovendien zijn ze in staat om handelingen te onderbreken die in strijd zijn met hun eigen morele waarden (Wikström & Treiber, 2007). Te veel zelfregulering is weer niet goed, omdat iemand daardoor erg geremd en verhinderd kan worden. De juiste mate van zelfregulatie wordt ook wel zelfmanagement genoemd (King, 2016). Dit sluit aan bij het vermogen om te balanceren tussen de verschillende goal-frames uit de ‘Goal-framing’ theorie. Hierbij is de normatieve goal-frame het belangrijkste, omdat deze het moeilijkst is om na te streven en de meeste steun nodig heeft. De normatieve goal-frame gaat over doen wat adequaat, passend en fatsoenlijk is (Lindenberg, 2013).

Een tekort aan zelfregulatie gaat over de primaire werking van het brein, namelijk het voldoen aan eigen basisbehoeften op de korte termijn. Dit zorgt voor een hoge mate van impulsiviteit, sensitiviteit, risicogedrag en kortzichtigheid (Wikström & Treiber, 2007). Mensen kunnen in dit geval niet goed werken met lange-termijndoelen en worden weinig beïnvloed door lange termijn effecten (Lindenberg, 2013). Daarnaast zijn mensen gefocust op de korte termijn in plaats van op de lange termijn. Daarbij richten mensen zich op onmiddellijke bevrediging van behoeften en op wensen en

verlangens. Ook zijn mensen gevoelig voor verleidingen op het moment. Hierbij verliezen ze de negatieve gevolgen van gedrag op de lange termijn uit het oog (Opp, 2020; Wikström & Treiber, 2007). Dit sluit aan bij het hedonische goal-frame en bij de fysieke en sociale behoeften, die besproken zijn bij de ‘Goal-framing’ theorie (Lindenberg, 2013).

Zelfregulatie speelt een grote rol in het risicogedrag van jongeren. Bij jongeren is zelfregulatie nog niet optimaal (Wiekens, 2012). De prefrontale cortex speelt een belangrijke rol bij zelfregulatie. Deze is nog niet volledig ontwikkeld in de adolescentie. Zij hebben hierdoor moeite met plannen, stressvolle situaties, het beheersen van impulsen en met het belonende effect van schadelijk gedrag, zoals drugsgebruik (Wiekens, 2012). Ook hebben ze vaak te maken met emotionele problemen en sociale uitdagingen. Dit kan leiden tot risicogedrag. Jongeren hebben dus hulp nodig in hun zelfregulatie. Tegelijkertijd willen jongeren steeds meer en zoeken ze steeds vaker hulp bij leeftijdsgenoten in plaats van bij de ouders. Jongeren met hechtingsproblemen en een tekort aan belangrijke anderen zullen vaak te maken hebben met een tekort aan zelfregulatie. Hierom is het belangrijk om jongeren gevoelig te maken voor de positieve invloed van relevante, belangrijke anderen, zoals leeftijdsgenoten, ouders of rolmodellen. Dit is effectief in het beperken van antisociaal gedrag bij adolescenten. In de meeste gevallen werkt het ook beter dan straffen en belonen (Lindenberg, 2013).

2.3 Verklaringen voor het gebruik van e-sigaretten

E-sigarettengebruik is een externaliserend probleem, omdat het gedrag zichtbaar is voor de buitenwereld. Daarnaast is e-sigarettengebruik een vorm van risicogedrag met gezondheidsrisico's. Om deze vorm van risicogedrag te verklaren worden de bovenstaande theorieën gecombineerd voor het analyseren van de redenen van mensen in het algemeen en die van jongeren in het bijzonder om e-sigaretten te gebruiken. Mensen en jongeren kunnen verschillende motieven hebben om te beginnen met e-sigaretten. Eerst is gekeken naar de motieven van mensen in het algemeen en daarna naar de redenen van jongeren om e-sigaretten te gebruiken.

Mensen geven verschillende redenen om e-sigaretten te gebruiken. Ten eerste wordt aangegeven dat mensen e-sigaretten gebruiken om te stoppen met het roken van gewone sigaretten of om hiermee te minderen. In sommige gevallen blijken e-sigaretten mensen te helpen om te stoppen met het roken van gewone sigaretten of om minder gewone sigaretten te roken (Troelstra, Croes et al., 2020). Ten tweede blijkt dat mensen e-sigaretten gebruiken, omdat deze goedkoper zijn dan gewone sigaretten. Ten derde blijkt dat mensen meer gemak ervaren bij het gebruik van e-sigaretten dan bij het roken van gewone sigaretten. Dit gaat bijvoorbeeld over het kleine formaat, het kleinere brandgevaar, de niet zo sterke geur en de lekkere smaken. Tot slot wordt aangegeven dat mensen e-sigaretten lekkerder vinden dan gewone sigaretten (Schaap et al., 2023). Voornamelijk het gebruik vanwege het gemak en de lekkere smaak van e-sigaretten kan verklaard worden vanuit het hedonische goal-frame, waarbij mensen handelen uit comfort en stimulatie (Sijtsema, 2010). Het hedonische goal-frame is het

meest aanwezig van de drie goal frames en treedt het snelst op in het gedrag van mensen (Lindenberg, 2006). Daarnaast kan het gebruik verklaard worden door beperkte zelfregulatie. Hierdoor kunnen mensen voor hen de ‘logische’ keuze maken om over te stappen van gewone sigaretten naar e-sigaretten (Wikström & Treiber, 2007).

2.3.1 Verklaringen voor het gebruik van e-sigaretten onder jongeren

Ook jongeren hebben aangegeven wat hun redenen zijn om e-sigaretten te gebruiken. Ten eerste geven jongeren aan e-sigaretten te gebruiken, omdat ze nieuwsgierig zijn naar e-sigaretten (Singh et al., 2020). Vooral bij jongeren onder de 18 jaar kunnen e-sigaretten interesse en nieuwsgierigheid opwekken (Buisman et al., 2015), omdat het een vorm van risicogedrag is (Moffitt, 1993). De e-sigaretten zijn populair onder jongeren, vanwege de smaakjes en het gebruiksgemak, waardoor jongeren nog meer nieuwsgierig zijn naar en geïnteresseerd zijn in e-sigaretten (Schaap et al., 2023).

Ten tweede zeggen zij de smaakjes aantrekkelijk en lekker te vinden (Singh et al., 2020). Bovendien zorgen de smaakjes voor nieuwsgierigheid en interesse (Buisman et al., 2015). De zoete en fruitige smaakstoffen verminderen het prikkelende effect van tabaksrook en maskeren de bittere smaak van nicotine, waardoor het lekkerder en aantrekkelijker wordt om te roken (RIVM, 2018b). Jongeren met een geringe mate van zelfregulering zullen aangetrokken worden door het grote aanbod van smaakjes en verleid worden om het beginnen met e-sigaretten (RIVM, 2018a).

Ten derde gebruiken de jongeren e-sigaretten vanwege de sociale binding (Singh et al., 2020). De populariteit van de producten zorgt ook weer voor nieuwsgierigheid en interesse (Buisman et al., 2015). Daarnaast kan het e-sigaretgebruik onder vrienden een belangrijke rol spelen. Het gebruikt wordt vaak geassocieerd met het hebben van een gezellige tijd met vrienden. Bovendien kan groepsdruk hier een rol spelen, waarbij jongeren e-sigaretten gaan gebruiken om zich te conformeren met de groepsnorm (Morrison & Bennett, 2015). Jongeren associëren het e-sigarettengebruik met gezellige momenten met vrienden en denken dat het e-sigarettengebruik er cool uitziet (Chang & Seo, 2021). Dit kan weer verklaard worden vanuit het hedonische goal-frame, omdat jongeren streven naar status, affectie en gedragsbevestiging (Sijtsema, 2010), wat zij kunnen krijgen door e-sigaretten te gebruiken.

Ten vierde geven ze aan gemak te ervaren bij het gebruiken van e-sigaretten (Singh et al., 2020). De e-sigaretten zijn toegankelijk en beschikbaar (VWS, 2018). Daarnaast heeft de e-sigaret een klein formaat en valt het gebruik ervan niet zo op als het gebruik van tabakssigaretten (Schaap et al., 2023). Zo kunnen jongeren gemakkelijk een e-sigaret gebruiken binnenshuis, terwijl dat op de meeste plekken niet mag, en deze snel wegstoppen. Door het gebruiksgemak zullen jongeren met geringe zelfcontrole sneller e-sigaretten gebruiken, mede doordat het impulsgedrag kan zijn (Wikström & Treiber, 2007).

Ten vijfde geven jongeren aan e-sigaretten te gebruiken, omdat het helpt met relaxen, het verlichten van spanning en met het goed voelen (Chang & Seo, 2021). Dit is grotendeels te verwijten

aan de nicotine in e-sigaretten. Hierdoor voelen gebruikers zich binnen enkele seconden opgewekt, alerter en meer ontspannen (Jellinek, z.d.). Ook dit gedrag is te verklaren vanuit het hedonische goal-frame, waarbij iemand iets doet om zich goed te voelen (Lindenberg & Steg, 2007).

Ten slotte geven jongeren aan het idee te hebben dat e-sigaretten minder ongezond zijn dan gewone sigaretten, wat e-sigaretten nog aantrekkelijker maakt (Heisen, 2020). Dit idee leeft voornamelijk onder de jongere gebruikers. Jongeren krijgen dit idee door de zoete en fruitige smaakjes, maar ook door het idee dat e-sigaretten minder verslavend zijn. Sommige jongeren weten niet eens of de e-sigaret die ze gebruiken nicotine bevat. Wanneer ze wel weten dat er nicotine in e-sigaretten zit, weten ze vaak niet hoeveel nicotine erin zit (Heisen, 2020). Verder zorgt reclame ervoor dat het perspectief van jongeren op e-sigaretten verandert, waarbij ze het zullen zien als minder slecht dan gewone sigaretten. Bovendien zorgt de reclame ervoor dat ze aangespoord worden om iets nieuws te proberen (Chang & Seo, 2021). Door het idee van de minder schadelijke e-sigaret kunnen voornamelijk jongeren met beperkte zelfregulatie het idee hebben dat het gebruik van e-sigaretten een betere optie is, omdat ze de gevaren van het e-sigarettengebruik minder inzien (Wikström & Treiber, 2007).

3. Methode

Dit hoofdstuk biedt een beschrijving van de methoden die zijn gebruikt om de deelvragen en de onderzoeksvraag te beantwoorden. Eerst worden de uitwerkingen gegeven van belangrijke begrippen die centraal staan in dit onderzoek. Vervolgens worden de methoden uiteengezet die onderdeel maken van de onderzoeksopzet, waarbij voor iedere onderzoeksmethode het bijhorende analyseplan wordt toegelicht. Ten slotte wordt omschreven op welke wijze de deelvragen en de onderzoeksvraag worden benaderd en beantwoord.

3.1 Definiëring en operationalisering

In dit onderzoek staan de volgende begrippen centraal: ‘e-sigaretten’, ‘jongeren’ en ‘mechanismen’. Deze begrippen zijn relevant voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag en worden gebruikt als zoektermen in de documentenanalyse. Om de betrouwbaarheid van dit onderzoek te waarborgen en duidelijkheid te scheppen over wat in dit onderzoek wordt verstaan onder deze begrippen worden uitwerkingen gegeven van deze begrippen.

E-sigaretten: In dit onderzoek vallen verschillende benamingen en soorten van e-sigaretten onder het concept ‘e-sigaretten’, waaronder de shisha-pen en de wegwerp e-sigaretten. Echter, de e-sigaretten die tabak bevatten, zoals de heat-not-burn sigaretten en de vaporizers die kruiden en planten verdampen, worden niet meegenomen in dit onderzoek. Onder het begrip ‘e-sigaretten’ vallen ook de volgende termen: ‘elektronische sigaret(ten)’, ‘shisha-pen’, ‘vape(s)’, ‘e-vapors’, ‘e-smoker’ en ‘FlavorVape(s)’.

Jongeren: In dit onderzoek wordt met ‘jongeren’ verwezen naar jongeren in Nederland tot 30 jaar oud, dus zonder minimumleeftijd. Er zal ook gekeken worden naar beleid omtrent e-sigaretten onder vergelijkbare jongeren uit het buitenland, zoals Engeland of de Verenigde Staten. Om te kunnen zoeken naar onderzoeken die zich focussen op jongeren zal worden gekeken naar de volgende synoniemen: ‘jongeren’, ‘jeugd’ en ‘adolescenten’.

Mechanismen: De theorie achter het e-sigarettenbeleid wordt geformuleerd aan de hand van mechanismen. Mechanismen zijn bepaalde processen die gedrag beïnvloeden en veranderen (Pawson & Tilley, 1997). Eén mechanisme betreft weer meerdere processen van gedragsverandering. De mechanismen bevatten categorieën van processen. Dit zijn oorzaak-gevolg relaties die begrijpelijk maken hoe en waarom bepaalde interventies werken. Hier gaat het om de vraag: ‘Wat werkt?’ en ‘Waarom?’ (Lindquist & Wellstead, 2019). Een mechanisme wordt in werking gezet door een bepaalde interventie of maatregel (Rijkema, 2016). In dit onderzoek gaat het over maatregelen. Daarbij kan een maatregel en kunnen er meerdere maatregelen ingezet worden om meerdere processen binnen een mechanisme in gang zetten.

3.2 Methoden

Tijdens de uitvoering van dit onderzoek waren er geen geschikte data beschikbaar voor een traditioneel evaluatieonderzoek met een voor- en nameting, met name gezien de recente opkomst van dit onderwerp en de maatregelen die momenteel worden geïmplementeerd of nog op de planning staan. Om die reden is gekozen voor een beleidsanalyse en zijn er zelf data verzameld om een antwoord te krijgen op de onderzoeksvraag. Dit is gebeurd middels een documentenanalyse, interviews en een literatuurstudie. Er zijn veel beleidsstukken openbaar beschikbaar op het internet. Deze bevatten veel informatie over het e-sigarettenbeleid, maar missen de diepgang en onderbouwing van bepaalde keuzes in maatregelen. Voor een diepgaande analyse van het beleid is kennis uit zowel de literatuur als de praktijk van belang. Daarom is verder gezocht naar informatie over het e-sigarettenbeleid middels interviews. Het stagebedrijf heeft de onderzoeker de mogelijkheid geboden om contact te leggen met overheidsinstanties en semiwetenschappelijke organisaties. Dit heeft geleid tot de keuze om een documentenanalyse, een literatuurstudie en interviews te combineren om de deelvragen en de onderzoeksvraag te beantwoorden. Middels deze methodologische triangulatie is geprobeerd informatie te vergaren via beschikbare kennis en gesprekken met relevante belanghebbenden. Deze diverse benaderingen beogen verschillende aspecten van het probleem en het antwoord te belichten (Roose & Meuleman, 2021). Dit vergroot de validiteit van dit onderzoek.

De methodologie van ‘Realistic Evaluation’ biedt een methode om tot de beleidstheorie te komen, waarbij de mechanismen centraal staan (Pawson & Tilley, 1997). Pawson en Tilley stellen dat het essentieel is voor beleid om het gedrag van mensen in een specifieke context te plaatsen en dat gedrag in die context te verklaren aan de hand van theorieën of verklaringen, zoals de ‘Goal-framing’ theorie. Deze verklaringen worden ook wel mechanismen genoemd. De context van de mechanismen omvat relevante sociale structuren waar eerder al beleid is geïmplementeerd, zoals jongeren die risicogedrag vertonen. Pawson & Tilley (1997) bieden met behulp van CMO-schema’s overzicht van hun methodologie. Elk CMO-schema bestaat uit mechanismen (M) die onder specifieke condities (C) leiden tot een bepaalde gewenste uitkomst (O) (Pawson & Tilley, 1997). In dit onderzoek is er nog een component aan het schema toegevoegd, namelijk de interventie (I). Een voorbeeld van een globaal schema is te vinden in Figuur 3.

Figuur 3: Globaal CMO-schema



De context betreft het beleidsprobleem en de doelgroep daarvan (Rijkema, 2016). Dan volgt de interventie, wat in het e-sigarettenbeleid doorgaans één of meerdere maatregelen betreft. De maatregelen richten zich op de doelgroep van de context. De maatregelen leiden tot het in werking treden van mechanismen. Deze mechanismen leiden op hun beurt tot uitkomsten, wat veelal bepaald gewenst gedrag betreft (Rijkema, 2016). Voor elk mechanisme is een CMO-schema gemaakt. Deze schema's vormen samen de beleidstheorie omtrent e-sigaretten.

De 'Policy Scientific Approach' biedt een manier om aan de hand van de mechanismen op een antwoord op de onderzoeksvraag te komen (Ehren et al., 2005). Allereerst moeten de veronderstelde mechanismen in kaart worden gebracht die naar verwachting het beleidsprobleem zullen oplossen. Vervolgens moet het doel van het beleid worden vastgesteld. De veronderstelde mechanismen moeten vervolgens worden beredeneerd. Ook moeten de condities worden belicht waaronder de mechanismen zullen leiden tot een bepaalde uitkomst. Tot slot kan de beleidslogica worden toegepast op het beleidsprobleem, waardoor voorspeld kan worden in hoeverre het beleidsdoel zal worden behaald (Ehren et al., 2005).

3.2.1 Documentenanalyse en literatuurstudie

Om inzicht te krijgen in het huidige beleid omtrent e-sigaretten in Nederland zijn de openbare beleidsstukken geraadpleegd. Deze documenten bevatten informatie waaruit onder andere de beleidsdoelen met betrekking tot e-sigaretten kunnen worden afgeleid. Bovendien is met behulp van deze informatie nagegaan welke maatregelen worden genomen en welke mechanismen ten grondslag moeten liggen aan het beleid omtrent e-sigaretten. Bij het zoeken naar relevante beleidsstukken is aan verschillende websites van de overheid en verschillende (semiwetenschappelijke) organisaties gedacht, zoals het Ministerie van VWS, de NVA, het RIVM en het Trimbos-instituut. Hierbij is gezocht naar onder andere rapporten, wetsvoorstellen, nota's van toelichting en in het Staatsblad. Voor de analyse van deze beleidsstukken is geprobeerd zo dicht mogelijk bij de tekst te blijven bij het overnemen van stukken tekst uit de literatuur. Bij alle stukken staat erboven waar de tekst vandaan komt.

Er is meer informatie nodig om diepgang te krijgen in de mechanismen die ten grondslag liggen aan het beleid omtrent e-sigaretten en in hoeverre het e-sigarettengebruik onder jongeren. Hiervoor is er een literatuurstudie gedaan naar beleidsstukken en wetenschappelijke literatuur over het beleid omtrent andere middelen, met name het roken van gewone sigaretten en het drinken van alcohol. Voor het zoeken naar beleidsstukken en literatuur over beleid omtrent alcohol en roken is bij dezelfde organisaties gezocht naar informatie als voor de beleidsstukken omtrent e-sigaretten. Hierbij hebben vooral het RIVM en het Trimbos-instituut bijgedragen door middel van rapporten, bijvoorbeeld over (evaluatie van) beleidsmaatregelen en -plannen. Verder is in de documenten gekeken naar de literatuurlijst voor relevante wetenschappelijke artikelen. Om in aanmerking te komen voor dit onderzoek, moest een artikel afkomstig zijn uit een land vergelijkbaar met Nederland, zoals

Canada of Engeland, en betrekking hebben op alcohol- of sigarettengebruik. Op die manier zijn de artikelen het best te generaliseren. Deze beleidsstukken en wetenschappelijke artikelen zorgen voor extra onderbouwing en diepgang in de verklaringen.

3.2.2 Interviews

Aanvullend bij de documentenanalyse zijn interviews gehouden ter controle van de gevonden informatie uit de beleidsstukken en om nog gedetailleerdere informatie te verkrijgen over het doel van het beleid omtrent e-sigaretten. Om meer inzicht te krijgen in en gedetailleerde informatie te verzamelen over het beleid omtrent e-sigaretten zijn interviews gehouden. De interviews zijn gehouden met betrokken partijen bij de onderbouwing, opstelling, uitvoering en controle van het beleid. Onder de betrokken partijen vallen onder andere beleidsinstanties, controlerende instanties, semiwetenschappelijke organisaties en stichtingen die zich inzetten tegen roken. De criteria voor de selectie van de deelnemers waren dat ze werkzaam zijn binnen een van de genoemde partijen in Nederland en actief zijn in een sector waar het onderwerp e-sigaretten onder valt, zoals ‘tabak’ of ‘gezondheid’. De stagebegeleider van de onderzoeker heeft haar contacten binnen haar netwerk gebruikt om de onderzoeker te helpen met het benaderen van deze deelnemers. Daarnaast heeft de onderzoeker het Nederlands Netwerk voor Tabaksonderzoek (NNvT) congres bijgewoond op 14 april 2023 waar veel partijen aanwezig waren en contactgegevens zijn gedeeld (Nederlands Netwerk voor Tabaksonderzoek, z.d.).

Medewerkers van het Trimbos-instituut, het RIVM, het Ministerie van VWS, de NVWA, Gezondheidsfondsen voor Rookvrij, Rookpreventie Jeugd en Jellinek zijn benaderd. Medewerkers van het RIVM en een paar onderzoekers stonden helaas niet open voor een interview. Enkelen verwezen wel naar publicaties van rapporten omtrent e-sigaretten of naar collega's. In totaal zijn 6 interviews afgenomen met in totaal 10 deelnemers. Van alle deelnemers zijn twee werkzaam bij het Trimbos-instituut, twee bij Gezondheidsfondsen voor Rookvrij, twee - bij de NVWA, twee bij Jellinek, is één werkzaam bij Rookpreventie Jeugd en is de laatste een medewerker van het Ministerie van VWS. De verschillende deelnemers zijn aangeduid met D1 tot en met D10. Het overzicht van de kenmerken van de deelnemers is te vinden in Tabel 1.

Tabel 1: Overzicht van de beroepenvelden van de deelnemers

<i>Deelnemer</i>	<i>Werkzaam bij ...</i>	<i>Rol bij het thema 'e-sigaretten'</i>
D1	Trimbos-instituut	Onderzoek
D2	Trimbos-instituut	Onderzoek
D3	Gezondheidsfondsen voor Rookvrij	Beleidsadviseur
D4	Gezondheidsfondsen voor Rookvrij	Beleidsadviseur
D5	Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit	Beleidsuitvoering
D6	Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit	Beleidsuitvoering
D7	Ministerie van VWS	Beleidsmaker
D8	Longarts en Rookpreventie Jeugd	Beleidsadviseur
D9	Jellinek	Preventiedeskundige
D10	Jellinek	Preventiedeskundige

Dit onderzoek is niet voorgelegd aan de ethische commissie, omdat de data van het onderzoek slechts worden gebruikt voor onderwijsdoeleinden en deze data na het afronden van het onderzoek zijn vernietigd. Aan de deelnemers is gevraagd om toestemming en hen is de nodige informatie gegeven over dit onderzoek. Welke gegevens zijn verzameld en hoe met de gegevens is omgegaan, is ook beschreven in een 'informed consent' formulier, waarin deelnemers alles hebben kunnen nalezen. De deelnemers hebben dit formulier ondertekend of mondeling toestemming gegeven voorafgaand aan het interview. Dit formulier is te vinden in Bijlage 1. Zo is aan de deelnemers gevraagd om de interviews op te nemen. De data uit de interviews zijn alleen gebruikt voor het doel van het onderzoek. Ook zijn de gegevens anoniem verwerkt, dus geen informatie in de rapportage is te herleiden tot een persoon. De opnamen en de uitwerkingen zijn na afronding van het onderzoek verwijderd.

De interviews zijn uitgevoerd aan de hand van een semigestructureerd interviewschema. Het interviewschema is ontwikkeld op basis van de deelvragen en de beschikbare informatie uit de documentenanalyse. Het interviewschema is opgesteld om ervoor te zorgen dat alle belangrijke onderwerpen tijdens de interviews aan bod zouden komen. De onderwerpen waren 'Achtergrond en betrokkenheid', 'Het doel van het beleid', 'De onderbouwing van het beleid', 'Eerder soortgelijk beleid en beleid in andere landen' en 'Eigen beleving van de mechanismen' met een paar afrondende vragen. Het interviewschema is terug te vinden in Bijlage 2. Dankzij dit schema was het mogelijk om doelgerichte vragen te stellen, terwijl de deelnemers ook de ruimte kregen om hun eigen ervaringen te delen. Het interviewschema is voor alle deelnemers uniform toegepast, waarbij voorafgaand aan het interview is benadrukt dat het geen probleem was als een deelnemer een bepaalde vraag niet kon beantwoorden.

Alle interviews vonden online plaats via Microsoft Teams, waarbij geluid en beeld beschikbaar is. Zo hadden de interviews toch zoveel mogelijk het karakter van een face to face interview. Daarnaast kon op deze manier gemakkelijker een plekje in de agenda's van de deelnemers worden gevonden. Deze afspraken zijn verlopen zoals gepland. De interviews zijn opgenomen met de app 'Dictafon' op de telefoon en met Microsoft Teams, waarbij ook een livetranscriptie is gemaakt.

Vervolgens zijn uitwerkingen gemaakt van de interviews. De uitwerkingen zijn ter controle gestuurd naar de deelnemers. De uitwerkingen van de interviews zijn gebruikt voor de resultaten, waarbij ook gebruik is gemaakt van verschillende quotes van de deelnemers. Bij het gebruik van een quote is er geen gebruik gemaakt van persoonlijke informatie, waardoor de data anoniem blijven. De opnamen en uitwerkingen van de interviews zijn na het afronden van het onderzoek vernietigd.

Tot slot zijn de geïnterviewden gevraagd naar andere potentiële deelnemers voor de interviews. De meeste deelnemers gaven elkaar aan als de belangrijkste spelers. Ook zijn er enkele namen genoemd die niet relevant waren voor het thema van dit onderzoek. Er kwamen enkele relevante namen aan bod en via deze weg zijn er nog drie extra deelnemers gevonden voor de interviews.

3.3 Analyseopzet

3.3.1 Deelvraag 1 & 2

De beleidsdoelen vormen een belangrijk onderdeel voor de context van beleidsmaatregelen. De beleidsdoelen zijn onderzocht en geformuleerd op basis van de beleidsstukken omtrent e-sigaretten en interviews. Hiermee is ook achterhaald welke maatregelen worden genomen en welke veronderstelde mechanismen ten grondslag liggen aan het beleid omtrent e-sigaretten. De geïdentificeerde mechanismen uit de interviews zijn: ‘beschikbaarheid’, ‘zichtbaarheid’, ‘sociale norm’, ‘bewustwording’ en ‘aantrekkelijkheid’. Bij de mechanismen is specifiek ingegaan op de mechanismen die gericht zijn op jongeren en de daarbij horende maatregelen.

De beleidsstukken omvatten onder andere officiële documenten, wetten, onderzoeken en verslagen. Bij het analyseren van de informatie uit deze documenten is gebruikgemaakt van een reflectieve thematische analyse (Van der Meide, 2014). Dit betreft een verkennende en beschrijvende analyse die nauw bij de data blijft. Voorafgaand aan het lezen zijn er thema's opgesteld, namelijk ‘beleidsdoel’, ‘reden focus jongeren’, ‘mogelijke gevolgen’, ‘maatregelen’ en de mechanismen ‘beschikbaarheid’, ‘zichtbaarheid’, ‘sociale norm’, ‘bewustwording’ en ‘aantrekkelijkheid’. Daarna zijn de documenten in een overzicht gezet en doorgenomen. Gedurende het lezen van de documenten zijn per thema codes gemaakt, bepaalde deelonderwerpen bij de thema's. Hierdoor ontstaan er verschillende codes bij de verschillende thema's. Vervolgens is nagegaan voor deze codes hoe deze terugkomen in de documenten. Na het meermaals lezen van de documenten zijn er nog wat codes samengevoegd, weggehaald of toegevoegd. Gedurende het nalezen zijn verschillende stukken tekst toegekend tot een code. Uiteindelijk zijn de data bij de codes gebruikt om tot conclusies te komen. De analyse van de beleidsstukken is terug te vinden in Bijlage 4.

De interviews hebben een verkennende en aanvullende rol in verband met de informatie uit de documentenanalyse omtrent het e-sigarettenbeleid. De informatie uit de interviews kunnen de bevindingen uit de documentenanalyse verifiëren en nog gedetailleerdere inzichten geven over het

beleidsdoel, de maatregelen en de achterliggende mechanismen omtrent het e-sigarettenbeleid. Tijdens de interviews is dieper ingegaan op de beleidsdoelen en de achterliggende mechanismen. Bovendien is er gevraagd naar de meningen over de effectiviteit van de maatregelen en de mechanismen.

Deelnemers hebben hierover hun kennis en visie gegeven, waarbij zij ook suggesties en voorbeelden hebben gegeven van effectieve maatregelen. De uitwerkingen van de interviews zijn ook geanalyseerd met behulp van een reflectieve thematische analyse (Van der Meide, 2014). Voorafgaand aan het analyseren zijn thema's opgesteld aan de hand van de onderwerpen uit het interviewschema. Deze onderwerpen vormden de thema's, waaruit gelijk enkele codes volgden. Deze zijn met de bijbehorende stukken uit de interviews in een overzicht geplaatst. Hiervoor zijn de uitwerkingen van de interviews meermaals gelezen, waarbij er enkele codes konden worden samengevoegd, weggehaald of toegevoegd. De analyse is terug te vinden in Bijlage 5. De documentenanalyse en de analyse van de interviews zijn later gecombineerd ter bevestiging of nuance van bevindingen.

3.3.2 Deelvraag 3

Er is een literatuurstudie uitgevoerd naar beleidsstukken en wetenschappelijke artikelen om de achterliggende mechanismen van het beleid omtrent alcohol- en sigarettengebruik te achterhalen. Tijdens het doornemen van de beleidsstukken is specifiek gelet op verwijzingen naar wetenschappelijke artikelen of andere bronnen, voor aanvullende informatie en onderbouwingen. Gedurende het doorlezen van de documenten en artikelen zijn relevante bevindingen samengevat in een verslag over de effectiviteit van de genomen maatregelen. In het verslag is bij de mechanismen specifiek ingegaan op de mechanismen die gericht zijn op jongeren en de bijbehorende maatregelen. Het verslag en de documenten zijn te vinden in Bijlage 3.

3.3.3 Deelvraag 4

De antwoorden op deelvraag 2 zijn samengevoegd met die van deelvraag 3. Hierdoor zijn de maatregelen en achterliggende mechanismen bij het beleid omtrent e-sigaretten vergeleken met die voor alcohol- en sigarettengebruik. Er is specifiek ingegaan op de mechanismen die gericht zijn op jongeren en de bijbehorende maatregelen. Veel van deze maatregelen en mechanismen vertonen gelijkenissen en kunnen iets onthullen over de effectiviteit ervan. Zo fungeren de bewezen effectieve mechanismen uit het beleid omtrent alcohol en roken als evaluatiecriteria voor de mechanismen in het beleid omtrent e-sigaretten. Hierdoor ontstaat er een overzicht van maatregelen en mechanismen uit het beleid omtrent e-sigaretten die onderbouwd zijn met behulp van het beleid omtrent alcohol- en sigarettengebruik, vooral met betrekking tot het gebruik van e-sigaretten onder jongeren. Op deze manier is de beleidslogica omtrent e-sigaretten getoetst op effectiviteit, waarbij CMO-schema's zijn gebruikt om overzicht te creëren. Zo kan verklaard worden in hoeverre het beleid omtrent e-sigaretten het gebruik onder jongeren zal verminderen.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de documentenanalyse, literatuurstudie en interviews besproken. Allereerst wordt het doel van het beleid omtrent e-sigaretten beschreven. Vervolgens worden de achterliggende mechanismen besproken en de maatregelen die hierop inspelen. Daarna worden de achterliggende mechanismen en de bijbehorende maatregelen besproken van het beleid omtrent alcohol en roken, waarbij wordt gekeken welke daarvan effectief zijn gebleken, met name voor het terugdringen van het gebruik onder jongeren. Vervolgens worden deze effectieve mechanismen naast het beleid omtrent e-sigaretten gelegd om een uitspraak te kunnen doen over de mogelijke effectiviteit van het e-sigarettenbeleid. Hierbij wordt voornamelijk gekeken naar de mechanismen met betrekking tot jongeren. De analyses van de interviews, beleidsstukken en de literatuur zijn terug te vinden in Bijlage 3, Bijlage 4 en Bijlage 5.

4.1 Doel van het beleid

In zowel de beleidsstukken omtrent e-sigaretten als de interviews kwam een overkoepelend doel terug van het beleid omtrent e-sigaretten. Het doel van het beleid omtrent e-sigaretten is het beschermen van de volksgezondheid. Dit betreft onder andere het ontmoedigen, verminderen en voorkomen van het gebruik van e-sigaretten (zie onder andere Rijksoverheid, 2021). Dit gaat over het voorkomen dat mensen beginnen, ervoor zorgen dat mensen minder snel beginnen en het vergroten van de kans dat mensen stoppen met het e-sigarettengebruik. D7: *“Maar wat duidelijk is, is dat het gewoon beter is om het niet te doen, dus ons beleid is ook echt wel gericht op, hè, dus gewoon zorgen dat zo min mogelijk mensen dat gaan gebruiken”*. Dit overkoepelende doel bestaat uit verschillende subdoelen die betrekking hebben op verschillende doelgroepen, zoals rokers of jongeren en kinderen.

Ten eerste zijn subdoelen genoemd die gesteld zijn in het Nationaal Preventieakkoord. Deze doelen gaan over het rook- en tabaksvrij maken van de omgeving en over het ontmoedigen van het gebruik van tabak (zie onder andere VWS, 2018). Dit sluit aan bij nog een subdoel, namelijk het zorgen voor een rookvrije generatie. D5: *“Het ministerie heeft met een aantal stakeholders, volgens mij in 2020 [2018] ... een document ondertekend om een rookvrije generatie te willen in 2040. En daarom zouden allemaal maatregelen ingaan om het roken zoveel mogelijk terug te dringen ... sigaretten is enerzijds en het gebruik van e-sigaretten anderzijds”*.

Ten tweede is genoemd dat een subdoel van het beleid gericht is op het zoveel mogelijk beperken van het e-sigarettengebruik, met uitzondering van de groep rokers die het als hulpmiddel gebruiken om te stoppen met roken (zie onder andere Troelstra, Croes et al., 2020). Dit houdt in dat de e-sigaret alleen als stopmiddel gebruikt moet worden en niet voor ander gebruik. D7: *“Kijk, als je naar de wetenschappelijke consensus kijkt, bijvoorbeeld van het Trimbos instituut die daar dingen over zegt, dan is dat nog niet heel overtuigend, zeg maar, dat de e-sigaret een wondermiddel is voor het stoppen met roken, dus wij hebben gezegd ‘nou we willen en gaan het verder niet verbieden of zo,*

... maar we willen het wel beschikbaar houden voor mensen die dat echt per se willen gebruiken of niet met andere middelen dan e-sigaretten kunnen of willen stoppen, maar tegelijkertijd willen we die e-sigaret wel zo min mogelijk aantrekkelijk maken”. Daarentegen is ook in een aantal interviews genoemd dat de nadruk niet moet liggen op de e-sigaret als hulpmiddel om te stoppen met roken, maar dat de e-sigaret echt als laatste hulpmiddel gebruikt zou moeten worden bij het stoppen met roken (zie onder andere Troelstra, Croes et al., 2020). D3: *“Dus wij proberen eigenlijk waar het kan in te springen op dat thema [e-sigaretten] om te laten weten wat onze boodschap daarin is, namelijk dat het geen gezond alternatief is en dat we niet willen dat kinderen daarmee in aanraking komen”*.

Ten derde wordt het beschermen van jongeren en kinderen (dus ook iedereen onder de 18 jaar) specifiek genoemd. Dit gaat over het beschermen van de jongeren en het ontmoedigen van het gebruik bij jongeren. Zo moeten e-sigaretten minder aantrekkelijk worden gemaakt voor jongeren en kinderen (zie onder andere Troelstra, Croes et al., 2020). D3: *“Ja, ik denk dat het grootste probleem is dat kinderen nu gaan beginnen met de e-sigaret. En, ik denk dat het beleid zich daar ook wel steeds meer op richt, bijvoorbeeld die smaakjes te verbieden. Dat is echt wel puur gericht op kinderen”*. D6: *“En ja, VWS heeft nu de keuze gemaakt om in ieder geval de smaakjes te verbieden, omdat dat vooral voor de jongeren heel aantrekkelijk is”*. D2: *“Ik denk dat, vooral als je ook kijkt naar tabaksontmoediging en de rookvrije generatie, het idee om jongeren te beschermen is altijd de meest belangrijke motivator, het beste frame. Nu ook steeds meer jongere e-sigaretten gaan gebruiken, zie je dat in één keer veel meer mogelijkheden komen om wetgeving en beleid aan te passen, want het gaat over jongeren”*.

4.1.1 Focus jongeren en kinderen

Om tot een antwoord te komen op de onderzoeksvraag is de focus op jongeren van belang. Daarom wordt er specifiek ingegaan op het laatstgenoemde subdoel van het beleid. Uit de analyse van de beleidsstukken en de interviews blijkt dat er verschillende redenen zijn voor de focus van het e-sigarettenbeleid op jongeren en kinderen. De meest genoemde reden is de bezorgdheid omtrent het (groeierende) aantal jongeren en kinderen die e-sigaretten gebruiken (zie onder andere VWS, 2022a, 2022b). D5: *“En, we hebben gezien, of ja, ik denk dat we dat wel allemaal als een feit kunnen zien dat het vaperen onlangs toch wel een vlucht heeft genomen onder de jeugd en dat dat sterk is toegenomen”*. Verder is veel genoemd dat e-sigaretten aantrekkelijk zijn voor jongeren en kinderen (zie onder andere Rijksoverheid, 2021). De aantrekkelijkheid van e-sigaretten zit voornamelijk in de smaakjes, kleuren, geuren, lampjes en vormen van de e-sigaretten (zie onder andere RIVM, 2014). D1: *“Ik denk, nu zeker met de elektronische sigaret, die zo hip en mooi is en kleurtjes en geurtjes heeft, zijn het vooral de jongeren bij wie het grote gevaar ligt. Zeker omdat hun hersenen nog in ontwikkeling zijn en daar kan nicotine gewoon enorm de boel lopen verstoren, waardoor cognitieve problemen kunnen ontstaan, waaronder concentratieproblemen in de klas. Je hersenen zijn gewoon nog niet uitgegroeid als je nog jong bent. Als je op die leeftijd al iets verpest in die ontwikkeling, dat komt niet terug als je oud wordt, dus je verpest eigenlijk al heel snel je brein en daar kan je weinig aan doen”*. Daarnaast is vaak

genoemd dat er zorgen zijn over de ‘dual use’ en over het gateway-effect, waarbij het e-sigarettengebruik een opstapje kan zijn naar het roken van reguliere sigaretten (zie onder andere RIVM, 2021; VWS, 2022b). D4: *“Bij tussen 20 en 30 jarigen zie je dat het e-sigaretgebruik toeneemt, maar dus ook het roken niet daalt”*. D8: *“We weten dat de kans dat een kind gaat roken drie keer zo groot is, sterke gateway effecten, planning en controle die minder wordt”*. Ten slotte is veel genoemd dat de bezorgdheid bij jongeren en kinderen omtrent het e-sigarettengebruik, omdat zij op een jongere leeftijd gevoeliger zijn voor verslavingen en kans hebben op meer gezondheidsproblemen bij gebruik van e-sigaretten (Kamerstuk II, 35321, nr. 3, 2019). D3: *“Hoe jonger het kind is, hoe minder ontwikkeld ze nog zijn en nicotine kan ook bijvoorbeeld de ontwikkeling van de hersenen aantasten, dus die nicotine is denk ik nog gevaarlijker bij echt jonge kinderen”*.

4.2 Mechanismen

In de documenten en de interviews zijn allerlei maatregelen genoemd die in Nederland worden genomen. De belangrijkste maatregelen zijn degene die in de interviews zijn genoemd en die naar voren kwamen in de documenten. Andere maatregelen zijn niet genoemd in de interviews of worden nadrukkelijk beschreven in een document, zoals de eisen met betrekking tot de veiligheid van e-sigaretten (Rijksoverheid, z.d.-c). De meest belangrijke maatregelen die momenteel van kracht zijn of in gang zijn gezet, zijn: kennisverwerving, integratie van e-sigaretten in de tabaks- en rookwarenwet, minimale leeftijdsgrens, uitbreiding van het rookverbod naar e-sigaretten, uitstalverbod, verbod op reclame en sponsoring, verbod op smaakjes, beperking van de verkoop tot tabaksspeciaalzaken (eerst een verbod bij supermarkten en horeca-inrichtingen), verbod op verkoop op afstand (online verkoopverbod), campagnes, voorlichtingsprogramma’s en hulp bij het stoppen met vaperen. Het is voor de hand liggend dat het smaakjesverbod in alle interviews ter sprake is gekomen, gezien de huidige media-aandacht voor dit verbod. Tot slot zijn er nog maatregelen die op de planning staan, maar waarvan nog niet duidelijk is wanneer deze zullen ingaan, namelijk prijsverhogingen, een verplicht neutraal uiterlijk en een verplichte neutrale verpakking.

Achter de maatregelen liggen veronderstelde mechanismen. Op basis van de werking van bestaande mechanismen en maatregelen uit ander soortgelijk beleid kan een onderlinge vergelijking worden gemaakt. Soortgelijk beleid betreft het beleid omtrent alcohol en tabakssigaretten. De mechanismen die ten grondslag liggen aan het beleid voor e-sigaretten betreffen het verminderen van de *beschikbaarheid*, het verminderen van de *zichtbaarheid*, het veranderen van de *sociale norm*, het *bewust* maken van mensen en het minder *aantrekkelijk* maken van e-sigaretten. Verschillende maatregelen spelen via verschillende mechanismen in op het e-sigarettengebruik. Een mechanisme leidt dus op verschillende manieren tot de gewenste gedragsverandering, waarbij de focus ligt op het verminderen van het e-sigarettengebruik onder jongeren.

4.2.1 Beschikbaarheid

De beschikbaarheid van e-sigaretten betreft onder andere de verkrijgbaarheid van e-sigaretten. Dit gaat bijvoorbeeld over de soorten en combinaties van ingrediënten (zoals smaken, nicotine en nicotinezouten) waarin e-sigaretten beschikbaar zijn. Het omvat ook de locaties en tijdstippen waarop e-sigaretten verkocht worden, evenals de handhaving en de leeftijdsgrens. Ten slotte vallen hier ook de prijzen en accijnzen van e-sigaretten onder.

Het verminderen van de beschikbaarheid van e-sigaretten wordt getracht te bereiken door maatregelen zoals de leeftijdsgrens van 18 jaar, het invoeren van een smaakjesverbod en verschillende verkoopbeperkingen, waaronder het online verkoopverbod. Deze maatregelen moeten ervoor zorgen dat de beschikbaarheid van e-sigaretten wordt verminderd, zodat het moeilijker wordt om eraan te komen. Hierdoor kunnen mensen minder makkelijk e-sigaretten kopen en zullen ze ook minder e-sigaretten gaan gebruiken (Troelstra, Croes et al., 2020; VWS, 2023b). D6: *“Het is bekend dat als je minder verkooppunten hebt, dat dat ook bijdraagt aan het ontmoedigingsbeleid, dus dan zie je het online verkoopverbod en ook bij supermarkten volgend jaar”*.

Voor jongeren is het verminderen van de beschikbaarheid eveneens van groot belang om het e-sigarettengebruik te verminderen. Jongeren zijn actief op sociale media en online platforms, waar de (illegale) verkoop van e-sigaretten grotendeels plaatsvindt. De verkoopbeperkingen spelen hierop in. Daarnaast hebben jongeren doorgaans minder financiële middelen dan volwassenen, waardoor prijsstijgingen een relevante rol spelen (Croes & Willemsen, 2020). Bovendien zal de afwezigheid van smaakjes de interesse en nieuwsgierigheid naar e-sigaretten verminderen. De genoemde maatregelen zijn erop gericht om het jongeren moeilijker te maken om aan e-sigaretten te komen, waardoor ze minder snel zullen beginnen met e-sigaretten (VWS, 2023b). D2: *“Die [jongeren] willen ook gewoon risico's nemen en iets nieuws proberen en die zijn nieuwsgierig. Ik denk, voor jongeren helpt het al enorm als je dingen minder makkelijk beschikbaar maakt. Dan zijn mensen minder geneigd om het te doen en dan verandert die sociale norm ook”*. De maatregelen tegen de beschikbaarheid van e-sigaretten en de werking van het mechanisme tegen het e-sigarettengebruik onder jongeren zijn terug te vinden in Figuur 4.

Figuur 4: CMO-schema beschikbaarheid e-sigaretten



Het verminderen van de beschikbaarheid blijkt effectief te zijn bij het terugdringen van zowel het alcohol- als het sigarettengebruik. Zo zijn bijvoorbeeld de leeftijdsgrens, het verhogen van accijnzen, het verminderen van verkooppunten effectieve maatregelen om het gebruik van deze producten te verminderen (zie onder andere De Wit et al., 2016; Monshouwer et al., 2014). Handhaving en regelmatige controles van deze maatregelen zijn hierbij cruciaal voor de effectiviteit van deze maatregelen op de beschikbaarheid en zo op het gebruik van de producten (Van Hasselt et al., 2010).

Vooraf bij jongeren blijkt het verminderen van de beschikbaarheid effectief te zijn bij het tegengaan van zowel het alcohol- (zie onder andere Babor et al., 2023) als het sigarettengebruik (zie onder andere Kleinjan et al., 2019). Zo zijn het verhogen van accijns, het beperken van het aantal verkooppunten en het verbieden van smaakjes effectief in het verminderen van het alcohol- en het sigarettengebruik onder jongeren (zie onder andere De Wit et al., 2016; Rossheim et al., 2020). De leeftijdsgrens speelt een belangrijke rol in het verminderen van alcoholgebruik onder jongeren. Handhaving van deze grens is van groot belang (Trimbos-instituut, z.d.-a). Toch blijkt de handhaving van maatregelen met betrekking tot de beschikbaarheid nog niet altijd gemakkelijk te zijn. In 2020 hield slechts 38% van de verkooppunten van alcohol zich aan de leeftijdsgrens (Van Amerongen et al., 2021). Bovendien blijkt dat jongeren van 14 t/m 17 jaar nog vrij gemakkelijk aan e-sigaretten kunnen komen via webshops/winkels, tabaksspeciaalzaken, vrienden of sociale media (Kruize & Pieper, 2021, 2022).

Een kanttekening hierbij is dat het beperken van de beschikbaarheid ervoor kan zorgen dat jongeren het gebruik van e-sigaretten juist interessanter gaan vinden. Voor sommige jongeren kan dit risicogedrag een uitlaatklep zijn voor de onvrede die zij voelen, doordat ze nog weinig volwassen activiteiten mogen doen, zoals drinken en roken (Moffitt, 1993). Niettemin verwachten de deelnemers aan de interviews dat deze groep jongeren niet groot zal zijn. D4: *“Ik denk overigens niet dat die groep heel groot gaat zijn, hoor, dus dat hoop ik niet en dat verwachten we niet, want er zitten natuurlijk ook wel risico’s aan producten aan dat soorten landen [zoals China] bestellen”*.

Recent is het online verkoopverbod ingegaan, wat de beschikbaarheid van e-sigaretten moet gaan beperken. Dit verbod is sinds 1 juli 2023 van kracht en geldt ook voor gewone sigaretten en sigaren. Onlangs blijkt dat dit verbod slecht wordt nageleefd (Houterman & De Goede, 2023). Verder zijn de smaakjes in e-liquids binnenkort verboden. Deze regel is anders opgesteld dan het verbod op kenmerkende aroma’s in tabakssigaretten. Het verbod op kenmerkende aroma’s blijkt subjectief te zijn door de manier van meten, namelijk door een smaakpanel. Het smaakjesverbod op e-sigaretten is meer concreet vormgegeven dan het verbod op kenmerkende aroma’s bij tabakssigaretten door het opstellen van een limitatieve lijst aan smaakstoffen. De smaakstoffen die hierin staan mogen alleen nog gebruikt worden in de e-liquids (Pennings et al., 2021). D6: *“Is dat wij met het smaakjesverbod bij de sigaretten dat we daar over gemeld hebben dat het lastig te handhaven is, omdat je dan met een smaakpanel moet je nagaan of een sigaret een kenmerkend aroma heeft. ... Toen zijn zij [het VWS en*

het RIVM] gekomen met 16 toegestane stoffen. ... Omdat dat heel objectief dan is te beoordelen, die stoffen zitten er wel of niet in. En het is nog uitgebreid. Het gaat niet alleen over die stoffen, maar op de verpakking zelf mag je ook niet zetten dat er aardbeismaak in zit of daarnaar hinten. Daarmee is het heel concreet geworden van wat wel of niet mag en ook heel makkelijk visueel in de handhaving te beoordelen. Want er staat wel of geen aardbei op de verpakking of er staat wel of niet in de ingrediëntenlijst wat erin zit en dat maakt het objectief en makkelijk handhaafbaar”.

Daarnaast is er een plan om het aantal verkooppunten te verminderen, zodat uiteindelijk e-sigaretten alleen nog in tabaksspeciaalzaken verkocht kunnen worden. De planning is om dit stapsgewijs door te voeren, waarna in 2025 de verkoop alleen nog is toegestaan in tabaksspeciaalzaken. Hierbij kunnen ook de dagen en de tijden van verkoop beperkt worden. Bovendien zou het invoeren van een vergunningstelsel kunnen bijdragen aan het verminderen van de beschikbaarheid (Bommelé et al., 2020), waarbij verkooppunten een vergunning moeten hebben. Verder zouden e-sigaretten alleen verkocht kunnen worden op doktersrecept als laatste hulpmiddel om te stoppen met roken. Daarnaast wordt er gekeken naar het heffen van accijnzen op e-sigaretten, maar de Nederlandse overheid wacht hiervoor op nieuwe Europese Tabaksproductierichtlijnen, omdat de e-sigaret daar waarschijnlijk in mee wordt genomen. Tot slot staat de leeftijdsgrens momenteel op 18 jaar, maar deze zou verhoogd kunnen worden naar 21 jaar (Bommelé et al., 2020). Er kan ook een generatieverbod komen, waarbij kinderen geboren vanaf een bepaalde datum hun hele leven lang geen (e-)sigaretten meer kunnen kopen. D1: *“Zoals bijvoorbeeld landen waarin een generatieverbod overwogen wordt. Dat je vanaf een bepaald jaartal / geboortedatum niet meer tabak mag kopen. Dat is al een wat subtielere manier van een verbod”.* D2: *“Je zou nog kunnen kijken of je de leeftijdsgrens naar 21 verhoogd. Het voordeel daarvan is dat je minder snel krijgt dat de mensen die net oud genoeg zijn het kopen voor net iets te jonge mensen met wie ze op de middelbare school zitten. En vanaf 21 jaar dan, én je hersenen zijn een stukje verder ontwikkeld, én je hebt minder contact met de echte jonkies om het maar zo te zeggen, dus ik zou zeggen ‘begin daarmee’”.*

4.2.2 Zichtbaarheid

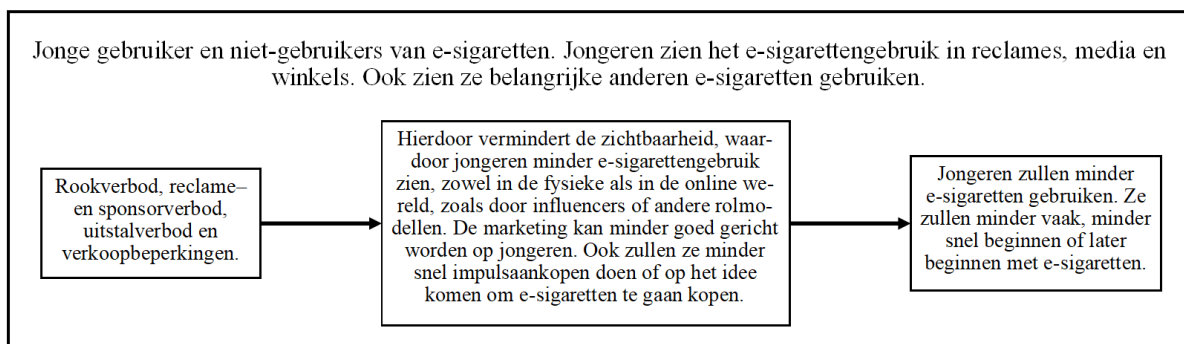
De zichtbaarheid van e-sigaretten omvat zowel de fysieke aanwezigheid ervan in de omgeving als de online aanwezigheid. Het betreft de mate waarin mensen e-sigaretten(merken) om zich heen zien, zoals het zien van het e-sigarettegebruik bij anderen. Hierbij speelt ook de observatie van het gebruik een rol, evenals de verkoop en marketing, inclusief reclames en presentaties in winkels.

Het verminderen van de zichtbaarheid wordt getracht te bereiken door verschillende maatregelen zoals het rookverbod, het uitstalverbod, het verbod op reclame en sponsoring en het beperken van de verkoop tot tabaksspeciaalzaken. Deze maatregelen moeten ervoor zorgen dat mensen minder in aanraking komen met e-sigarettegebruik door andere mensen en beogen de visuele aanwezigheid, bijvoorbeeld via reclames of in winkels, in de omgeving te verminderen (RIVM, 2018a). Hierdoor worden mensen minder gestimuleerd om e-sigaretten te kopen en te gebruiken. Het

uitstalverbod en het reclame- en sponsorverbod moeten hierop inspelen. Daarnaast zitten niet-gebruikers door deze maatregelen, zoals het rookverbod, niet in de rook van een ander. D10: *“Dus de zichtbaarheid moet omlaag, dus zorgen dat er geen marketing meer omheen kan spelen”*.

Ook voor jongeren kan het beperken van de zichtbaarheid ervoor zorgen dat ze minder e-sigaretten gaan gebruiken. Jongeren blijken gevoelig voor e-sigarettenreclames en rolmodellen die e-sigaretten gebruiken, waar het reclame- en sponsorverbod op inspeelt. De verschillende merken van e-sigaretten richten zich specifiek op jongeren, bijvoorbeeld op festivals of via influencers op sociale media. Hierop moeten bijvoorbeeld het rookverbod en het reclame- en sponsorverbod anticiperen. Jongeren redeneren en handelen vaak op basis van het hier en nu (Lindenberg, 2022), waardoor zij gevoeliger zijn voor impulsaankopen, reclame-uitingen en sponsoring (Kamerstuk II, 34470, nr. 3, 2016). Hierop moeten het uitstalverbod en het reclame- en sponsorverbod inspelen. D10: *“Nu is het gewoon té beschikbaar. Ook voor minderjarigen is het gewoon té beschikbaar en té zichtbaar”*. D4: *“Maar je hebt nog steeds natuurlijk het zien roken doet roken, dus het voorbeeldeffect voor kinderen. Dat wil je ook voor e-sigaretten niet hebben, dus daarom is het heel goed dat het [rookverbod] is uitgebreid”*. D4: *“Reclameverbod is hetzelfde verhaal, je wilt niet dat e-sigaretfabrikanten reclame kunnen maken voor e-sigaretten en zo dus het voor jongeren ook weer interessanter kunnen maken”*. De maatregelen tegen de zichtbaarheid en de werking van het mechanisme tegen het e-sigarettegebruik onder jongeren zijn terug te vinden in Figuur 5.

Figuur 5: CMO-schema zichtbaarheid e-sigaretten



Het verminderen van de zichtbaarheid heeft zich bewezen als effectieve strategie in het verminderen van alcohol- en sigarettengebruik (zie onder andere De Wit et al., 2016; Visscher et al., 2021). Zo hebben het uitstalverbod en restricties voor reclame een positief effect gehad op het verminderen van alcohol- en sigarettengebruik. Zo zijn tabakssigaretten uit het zicht gezet, in tegenstelling tot alcohol. Bovendien gelden er beperkingen voor alcoholreclame en een volledig verbod voor sigarettent reclame, waardoor mensen minder in aanraking komen met de producten in het dagelijks leven (De Wit et al., 2016).

Voorals onder jongeren blijkt het verminderen van de zichtbaarheid vooral effectief te zijn voor het verminderen van het sigarettengebruik (zie onder andere Monshouwer et al., 2014) en het

alcoholgebruik (zie onder andere De Wit et al., 2016). Jongeren zijn gevoeliger voor reclames en marketing, waardoor zij sneller impulsaankopen zullen doen. Het verbod op reclame, marketing en presentatie draagt bij aan het verminderen van rookgedrag onder jongeren (Van der Wilk et al., 2007; Visscher et al., 2021), en aan het terugdringen van alcoholgebruik onder jongeren (Saffer & Dave, 2006).

Sinds 2020 is het verboden om e-sigaretten te gebruiken op plaatsen waar ook het roken van gewone sigaretten verboden is. Sinds 1 juli 2022 geldt er ook een reclameverbod voor e-sigaretten. Echter, deze maatregel blijkt lastig te handhaven. D8: *“Er wordt ook heel erg veel gemarket door de influencers, dat is een grote bedreiging op TikTok en Instagram. Daar hebben we actie tegen gevoerd, maar ja, dat gaat ook gewoon door internationaal kan je daar bijna niet tegen verzetten”*. Eveneens geldt sinds 1 juli 2022 een uitstalverbod voor e-sigaretten. Alleen tabaksspeciaalzaken mogen nog e-sigaretten presenteren op een display. Zoals eerder vermeld, zullen e-sigaretten in 2025 alleen nog verkocht mogen worden in tabaksspeciaalzaken.

4.2.3 Sociale norm

De sociale norm omtrent e-sigaretten gaat onder andere over de mate waarin het gebruik wordt geaccepteerd en toegestaan in de samenleving. Verder betreft dit het goede voorbeeld geven aan anderen, voornamelijk aan kinderen. Ten slotte gaat het over inspanningen die gedaan kunnen worden om de sociale norm ten aanzien van e-sigaretten te beïnvloeden en te veranderen.

Het veranderen van de sociale norm omtrent e-sigaretten wordt getracht te realiseren door bijvoorbeeld het rookverbod, stoppen-met-vapen hulp, campagnes, voorlichtingsprogramma's en de samenhang van de maatregelen van het beleid. Deze maatregelen zorgen ervoor dat er signalen worden afgegeven over dat het niet normaal en ongezond is om e-sigaretten te gebruiken. Het zorgt ervoor dat mensen gaan nadenken over waarom bepaalde verboden gelden en dat ze eerder een negatieve kijk krijgen op e-sigaretten. Hierdoor moet de sociale norm tegen het e-sigarettengebruik sterker worden, waardoor mensen minder snel en minder e-sigaretten gaan gebruiken (VWS, 2018). D2: *“Het doet echt wel iets dat soort rookverboden, maar 100% handhaving en zeg maar dat op een zelfsturende manier maken, dat mensen elkaar corrigeren, dat blijft gewoon heel lastig. En daarvoor is het denk ik ook gewoon deels een kwestie van tijd en natuurlijk kunnen we er ook wel energie in stoppen om de pro-roken norm, die op sommige plekken gewoon nog steeds wel heerst, en de pro-vapen norm, om die omlaag te brengen, want hoe minder vaak het gebeurt en hoe kleiner de groep is die wel zo'n rookverbod overtreedt, hoe makkelijker en hoe sneller mensen daarop gaan reageren”*.

Ook bij jongeren is het veranderen van de sociale norm van belang om het e-sigarettengebruik te verminderen. Jongeren worden sterk beïnvloed door hun sociale omgeving, zoals ouders en leeftijdsgenoten, en wat door die omgeving wordt gezien als normaal (Feldman, 2016; Sijtsma, 2010). De eerder genoemde maatregelen moeten hierop inspelen en laten zien dat het e-sigarettengebruik niet geaccepteerd wordt en dat het ongezond is. Als de sociale omgeving een

negatieve kijk krijgt op e-sigaretten, zullen de jongeren zelf ook eerder een negatieve kijk krijgen op e-sigaretten, in plaats van het idee dat e-sigarettengebruik stoer is en dat de producten hippe accessoires zijn voor jongeren. Hierdoor zullen jongeren minder snel e-sigaretten gebruiken (VWS, 2023b). D4: *“Maar je hebt nog steeds natuurlijk het zien roken doet roken, dus het voorbeeldeffect voor kinderen”*. Ook hulp bij het stoppen met vaperen kan hieraan bijdragen. D1: *“Er zijn natuurlijk wel stoppen-met-roken coaches ... sommigen geven ook wel stoppen-met-vaperen coaching, maar het zou wel goed zijn als daar wat meer aandacht naartoe ging, ook bijvoorbeeld voor jongeren”*. D2: *“[stoppen-met-vaperen] Interventies, maar ook de noodzaak ervan. Dat het ook iets is, het stoppen met vaperen”*. De maatregelen omtrent de sociale norm en de werking van het mechanisme tegen het e-sigarettengebruik onder jongeren zijn terug te vinden in Figuur 6.

Figuur 6: CMO-schema sociale norm e-sigaretten



Voor het verminderen van alcoholgebruik is er nog weinig veranderd aan de sociale norm omtrent alcoholgebruik. Het drinken van alcohol is nog vrij normaal in de Nederlandse samenleving (Veerbeek, 2023). Wel worden er een aantal campagnes gevoerd tegen alcoholgebruik. Dit blijkt een effectieve maatregel te zijn voor het veranderen van de sociale norm omtrent alcohol- en sigarettengebruik (Harreveld et al., 2019). Zo heeft de BOB-campagne een positief effect gehad op de sociale norm van het niet rijden onder invloed, namelijk dat mensen vaker zeggen tegen andere dat ze de Bob zijn (Cammaert & Woudstra, 2021). Het veranderen van de sociale norm blijkt bij het verminderen van het e-sigarettengebruik effectief te zijn. Bij het verminderen van het sigarettengebruik zijn maatregelen zoals het rookverbod, voorlichtingsprogramma's en stoppen-met-roken hulp effectief, doordat deze maatregelen inspelen op de sociale norm (zie onder andere Van der Wilk et al., 2007). Het laat zien dat het rookgedrag niet wordt geaccepteerd en dat het wordt gezien als slecht en ongezond gedrag. Daarnaast laat het zien aan mensen dat het normaal is om te stoppen met roken. Verder draagt het hele pakket aan maatregelen bij aan het verminderen van de maatschappelijke acceptatie van roken (Willemsen, 2017).

Het beïnvloeden en veranderen van de sociale norm blijkt voornamelijk van belang te zijn bij het alcohol- en sigarettengebruik onder jongeren. Het voeren van campagnes tegen alcohol- en sigarettengebruik draagt hieraan bij (zie onder andere Harreveld et al., 2019). Desondanks wordt het

verminderen van het alcoholgebruik onder jongeren momenteel sterk negatief beïnvloed door de sociale norm. Jongeren geven aan alcohol te drinken om sociaal te zijn en sociale afwijzingen te voorkomen (Harreveld et al., 2019). Als het gaat om het sigarettengebruik onder jongeren blijkt het effectief te zijn om de sociale norm te veranderen door bijvoorbeeld een rookverbod in te voeren en het beperken van het aantal verkooppunten (zie onder andere Siegel et al., 2010), omdat mensen gaan nadenken over waarom iets verboden is. Daarnaast zou het zichtbaar uitstellen van schadelijke e-sigaretten tegen deze norm ingaan. Verder is het beschikbaar maken en vergoeden van stoppen-met-roken interventies jongeren bij het stoppen met roken effectief om de sociale norm te veranderen. Het versterkt de sociale norm dat het normaal is om te stoppen met roken (Visscher et al., 2021).

Zoals eerder genoemd geldt er een rookverbod voor e-sigaretten. Bovendien zijn er maatregelen genomen en staan er maatregelen op de planning om de verkooppunten te verminderen. Verder zijn er tot op het heden slechts enkele campagnes opgezet omtrent e-sigaretten. Daarnaast zijn er nog weinig voorlichtingsprogramma's die effectief blijken in het verminderen van e-sigarettengebruik. Daarentegen is de laatste tijd veel aandacht in de media voor e-sigaretten. Het is van belang om de manier wordt gereguleerd waarop de aandacht wordt getrokken. Dit heeft onder andere betrekking tot de campagnes, media en voorlichting omtrent e-sigaretten. Wanneer dit op een onjuiste manier wordt gedaan, kan dit averechtse gevolgen hebben (Winkel, 1983). Bijvoorbeeld dat teveel (media-)aandacht over het stijgende gebruik van e-sigaretten onder jongeren kan suggereren dat het wel de norm is om te gebruiken. Deze aandacht moet op de juiste manier ingezet worden om de sociale norm te veranderen.

4.2.4 Bewustwording

Bewustwording gaat over het opdoen, rapporteren en verspreiden van kennis over e-sigaretten en het gebruik ervan. Dit betreft voornamelijk de kennis over wat een e-sigaret is en wat de negatieve gevolgen zijn voor de gezondheid bij gebruik van een e-sigaret. Het verspreiden van de kennis omvat het voorlichten, adviseren en informeren van mensen. Ten slotte gaat het ook over het rechtzetten van misvattingen over e-sigaretten en over de regels omtrent e-sigaretten.

Het bewust maken van mensen dat het niet verstandig is om e-sigaretten te gebruiken wordt gerealiseerd door bijvoorbeeld het vergaren van kennis (bijvoorbeeld over de schadelijkheid of de prevalentie), de uitbreiding van het rookverbod, het smaakjesverbod, neutrale verpakkingen, adviezen geven, de gezondheidswaarschuwingen, het onderdeel maken van e-sigaretten van de tabaks- en rookwarenwet en het hele pakket aan maatregelen. Deze maatregelen zorgen voor duidelijkheid over de schadelijkheid van e-sigaretten en dat het geen gezond alternatief is voor het roken van tabakssigaretten. Dit laat mensen het probleem en de risico's omtrent e-sigaretten meer inzien. Daarnaast brengt het mensen op de hoogte van het probleem omtrent e-sigaretten en de regels die ervoor gelden. Als mensen weten hoe schadelijk e-sigaretten zijn en e-sigaretten worden gereguleerd, zullen ze het probleem omtrent e-sigaretten serieuzer nemen en gaan ze minder e-sigaretten gebruiken

(Pennings et al., 2021; VWS, 2018). D1: *“Dat zagen we ook al in de monitor ... met de redenen waarom mensen zijn begonnen met vaperen of nog steeds vaperen. Ja, het gebruiksgemak. Je kan binnen vaperen. Het kan overal ... En ook als je vaperen verboden maakt op plekken waar je niet mag roken, dan geef je ook wel een signaal van ‘Dit is niet goed, dit gedrag van vaperen’, dus dat maakt het toch wel iets serieuzer ... En de kennis over de gezondheidsrisico’s. Als iets niet verboden is, dan lijkt het ook alsof het niet erg is, maar als iets verboden wordt, dan ga je misschien al beter nadenken van ‘oke, waarom is het dan verboden?’. Nou, het is dus slecht, dus mensen gaan vaperen misschien als een serieuzer probleem zien dan ze daar voorheen deden”*.

Uit de documenten en de interviews blijkt dat jongeren niet goed weten waar ze eigenlijk precies mee te maken hebben bij het gebruik van e-sigaretten. Verder blijken jongeren het idee te hebben dat de e-sigaret minder ongezond is dan de tabakssigaret, waarbij ze onrealistisch optimistisch zijn over de risico’s en de negatieve gevolgen van het gebruik (Morrison & Bennett, 2015). Jongeren kunnen voorzien worden van informatie en de risico’s door middel van bijvoorbeeld voorlichting geven en gezondheidswaarschuwingen vermelden op de verpakking. Dit confronteert hen met de risico’s en brengt hen relevante en adequate informatie. Het smaakjesverbod en neutrale verpakkingen moeten bijdragen om het onschuldige idee van e-sigaretten te doorbreken, die de jongeren hebben over de e-sigaretten, de smaakjes, de namen van de smaakjes en het uiterlijk van de e-sigaretten. De maatregelen moeten ervoor zorgen dat jongeren zich bewust zijn van de schadelijkheid van e-sigaretten, zodat ze een betere overweging kunnen maken over het gebruik (Wiekens, 2012). Hierdoor zullen ze minder e-sigaretten gaan gebruiken en minder snel beginnen met het gebruik ervan (RIVM, 2018a). D7: *“Ook aan voorlichting doen, zodat ouders of jongeren zelf of artsen die vapes herkennen, snappen dat het schadelijk is, zodat daar ook een andere vibe zeg maar omheen komt een andere context omheen komt, dus daar doen we dan ook wat mee”*. D2: *“Die onschuldigheid, die komt ook heel sterk door de verpakking, de smaakjes en de snoepwinkelassociaties”*. D9: *Ik denk überhaupt het feit dat er maatregelen zijn, dat dat ook wel besef creëert van hé het is niet een lolly is uit de snoepwinkel. Het gaat wel echt om een volwassen product met risico's. Ik denk dat eigenlijk alle maatregelen bij elkaar, dat dat bijdraagt aan inderdaad aan de vermindering [van het gebruik] of ook wel de verandering in het besef van ‘wat is het nou eigenlijk?’”*. De maatregelen omtrent bewustwording en de werking van het mechanisme tegen het e-sigarettengebruik onder jongeren zijn terug te vinden in Figuur 7.

Figuur 7: CMO-schema bewustwording e-sigaretten



Bij alcohol- en sigarettengebruik blijkt het bewust maken van mensen over de gevolgen van gebruik enigszins te helpen om het gebruik te verminderen (zie onder andere Harreveld et al., 2019; Van der Wilk et al., 2007). Voorlichtingsprogramma's, kennis en campagnes kunnen helpen om de aandacht te trekken van gebruikers, relevante informatie te verstrekken en attitudes te beïnvloeden. Wederom is het van belang om de voorlichtingsprogramma's en campagnes te reguleren, zodat het zo min mogelijk averechtse gevolgen heeft. Bijvoorbeeld confronterende voorlichtingsprogramma's of reclames kunnen zorgen voor cognitieve dissonantie bij mensen, waarbij mensen tegenstrijdige opvattingen ervaren, waardoor ze hun ongewenst gedrag gaan goedpraten (Winkel, 1983). Vooral bij het verminderen van het rookgedrag blijken deze maatregelen effectief te zijn. Een voorbeeld van een effectieve maatregel bij het verminderen van het rookgedrag zijn de prominente en expliciete gezondheidswaarschuwingen op verpakkingen van tabaksproducten (Van der Wilk et al., 2007). De gezondheidswaarschuwingen op etiketten van alcoholische producten blijken eveneens effectief te zijn om het alcoholgebruik te verminderen (Hobin et al., 2020). Een ander voorbeeld is het verbod op kenmerkende aroma's, zoals menthol en vanille, bij gewone sigaretten. Dit zorgt ervoor dat onterecht de indruk wordt gegeven dat deze sigaretten minder schadelijk zijn (RIVM, 2018b). Verder blijken de neutrale verpakkingen van sigaretten bij te dragen aan groter bewustzijn over de gezondheidsrisico's (Dam et al., 2022).

Ook bij jongeren is het belangrijk om bewustzijn te creëren om het alcohol- en het sigarettengebruik te beperken (zie onder andere Harreveld et al., 2019; Babor et al., 2023). Jongeren moeten voorzien worden van de juiste en relevante informatie om hen bijvoorbeeld bewust te maken van de gezondheidsrisico's. Dit is van belang, omdat jongeren de neiging hebben om onrealistisch optimistisch te zijn over de risico's van bijvoorbeeld roken (Morrison & Bennett, 2015). Campagnes, voorlichtingsprogramma's en verboden blijken hier aan bij te dragen. Vooral massamediacampagnes blijken effectief te zijn in het vergroten van het bewustzijn bij jongeren over de gezondheidsrisico's en andere aspecten van roken (Van der Wilk et al., 2007). Verder blijkt het rookverbod effectief te zijn in het vergroten van het bewustzijn en het verminderen van de kans dat jongeren gaan beginnen met roken (Siegel et al., 2010).

E-sigaretten is een onderwerp dat nog niet veel is onderzocht, maar waar wel steeds meer kennis over wordt opgedaan, bijvoorbeeld door verschillende monitors. Ook zijn er nog weinig campagnes gevoerd tegen en weinig voorlichtingsprogramma's ontwikkeld over e-sigaretten, omdat het een recent probleem is. Momenteel komt daar wel steeds meer aandacht voor, voornamelijk in de media. Het is een grote stap geweest in de aanpak tegen e-sigaretten dat deze onderdeel zijn geworden van de tabaks- en rookwarenwet, waardoor extra regels zijn gaan gelden voor e-sigaretten. Daar bovenop gelden extra regels voor e-sigaretten, zoals het smaakjesverbod. Deze maatregelen geven een signaal af naar de gebruikers over het probleem omtrent e-sigaretten. Zo zijn de gezondheidswaarschuwingen op de verpakkingen van e-sigaretten verplicht. Deze kunnen ervoor zorgen dat mensen bewust worden van de risico's van e-sigarettengebruik en sneller een stopgong doen (Bommelé et al., 2020). Voor e-sigaretten geldt nog geen verplichting voor een neutrale verpakking, maar deze regel staat wel in de planning (Rijksoverheid, z.d.-c).

4.2.5 Aantrekkelijkheid

Aantrekkelijkheid gaat over de marketing van e-sigaretten en de verleiding die e-sigaretten met zich meebrengen. Dit gaat onder andere over de reclame en promotie omtrent e-sigaretten, maar ook om de smaken, kleuren en lampjes van de producten zelf. Verder betreft het de stoffen en ingrediënten van e-sigaretten, die het product aantrekkelijk en lekker (minder vies) kunnen maken.

Het verminderen van de aantrekkelijkheid van e-sigaretten wordt getracht te realiseren door onder andere het smaakjesverbod, de prijs, de neutrale verpakking en het uiterlijk, het uitstalverbod, het reclame- en sponsorverbod en overige product- en verpakkingseisen, zoals gezondheidswaarschuwingen. Deze maatregelen zorgen ervoor dat de aantrekkelijkheid van e-sigaretten zo veel mogelijk wordt beperkt en uiteindelijk dat e-sigaretten onaantrekkelijk worden (Pennings et al., 2021). Dit zorgt ervoor dat mensen minder in de verleiding komen of interesse krijgen in het gebruiken van e-sigaretten. Hierdoor zullen ze minder e-sigaretten gebruiken en minder snel beginnen aan het gebruik ervan (RIVM, 2021). D8: *“Als er ook geen smaakjes meer in zitten, is het heel vies. Het ziet er niet meer leuk uit en het smaakt vies, dus dan, en is ook nog heel duur, waarom zou je het gaan doen?”*. D4: *“Er wordt dus ook nog heel weinig gestuurd op de hoogte van die prijs, dus e-sigaretten zijn ook nog veel goedkoper in verhouding dan sigaretten en eigenlijk zou je dat gelijk willen trekken, zodat het eigenlijk even onaantrekkelijk wordt om die producten te kopen en e-sigaretten geen goedkoper alternatief zijn voor sigaretten”*.

Uit de documenten en de interviews blijkt dat het voor jongeren van belang is om de aantrekkelijkheid van e-sigaretten zo veel mogelijk te verminderen. Bij een geringe mate van zelfcontrole en het handelen vanuit het hedonische goal-frame kan de aantrekkelijkheid van e-sigaretten extra risicovol zijn voor het gebruik door jongeren. Zij zullen de negatieve kant van het gebruik minder inzien en bijvoorbeeld sneller verleid worden door de lekkere smaakjes van e-sigaretten dan volwassenen (Wiekens, 2012) of door de leuke kleurtjes (Lindenberg, 2022). Bij deze

verleidingen verliezen ze de negatieve gevolgen van e-sigarettengebruik uit het oog, omdat de zelfregulatie niet optimaal is (Opp, 2020; Wikström & Treiber, 2007). Het idee achter de maatregelen is dat het e-sigaretten minder aantrekkelijk maakt, voornamelijk voor de jongeren en kinderen, zodat ze minder snel en minder vaak verleid worden, de risicoperceptie wordt vergroot en de kans op hoge zelfregulatie wordt vergroot (Pennings et al., 2021). Hierdoor zullen ze uiteindelijk minder e-sigaretten gebruiken (Kamerstuk II, 34470, nr. 3, 2016). D7: *“Er zijn instituten, zoals het RIVM of Trimbos of gewoon universiteiten, die hebben wat ons betreft al vrij duidelijk aangegeven dat e-sigaretten aantrekkelijk zijn voor jongeren. Dat komt door smaken, door het uiterlijk en door de verpakkingen en cetera, maar ook door de grote beschikbaarheid daarvan”*. D4: *“Reclameverbod, hetzelfde verhaal, je wilt niet dat e-sigaretfabrikanten reclame kunnen maken voor e-sigaretten en zo dus het voor jongeren ook weer interessanter kunnen maken”*. De maatregelen tegen de aantrekkelijkheid van e-sigaretten en de werking van het mechanisme tegen het e-sigarettengebruik onder jongeren zijn terug te vinden in Figuur 8.

Figuur 8: CMO-schema aantrekkelijkheid e-sigaretten



De aantrekkelijkheid van gewone sigaretten speelt een rol in het gebruik ervan (zie onder andere Kleinjan et al., 2019). De verpakking, de smaak, het uiterlijk en de kleur spelen een belangrijke rol in het onaantrekkelijk maken van sigaretten. Voorheen bleken lange, dunne sigaretten erg populair onder vrouwen. Deze ‘slim’ sigaretten werden gezien als mooier en aantrekkelijker volgens vrouwen dan gewone sigaretten. Ook gekleurde sigaretten, zoals sigaretten met roze sigarettenpapier, waren populair onder vrouwen (Moodie et al., 2014). Het verbieden van kenmerkende aroma’s in gewone sigaretten, zoals vanille of menthol, en het standaardiseren van het uiterlijk en de verpakking van sigaretten hebben bijgedragen het beperken van de tabaksindustrie in het aantrekkelijk maken van sigaretten (Rijksoverheid, 2022) en aan de vermindering in gebruik ervan (RIVM, 2023).

Ook bij alcohol- en sigarettengebruik onder jongeren blijkt de aantrekking een grote rol te spelen. Zoetstoffen in alcoholische drankjes en in gewone sigaretten maskeren de bittere smaak van alcohol of nicotine. Daarnaast wordt gebruik gemaakt van herkenbare smaken en merken van frisdranken of etenswaren. Dit zorgt ervoor dat de smaakaversie tegen alcohol of nicotine wordt verzwakt bij jongeren. Hierdoor worden sigaretten en alcoholische drankjes met zoete smaken

aantrekkelijker voor jongeren en wordt de drempel voor hen verlaagd om deze producten te gebruiken (zie onder andere Opperhuizen et al., 2010). Daarom is er voor sigaretten een verbod gekomen op kenmerkende aroma's, zoals vanille en menthol. Verder zijn voornamelijk jongeren gevoelig voor reclame, promoties en sponsoring omtrent alcohol en roken (zie onder andere De Wit et al., 2016; Monshouwer et al., 2014). Ook het uiterlijk van sigaretten bepaalt voor een deel de aantrekkelijkheid. Zo vinden jongeren 'slim' sigaretten aantrekkelijker en zien zij deze als minder schadelijk. Daarom zijn bij de sigaretten neutrale verpakkingen en een standaard uiterlijk vereist. Zo worden jongeren minder verleid om sigaretten te gebruiken. Het verbieden van smaak, neutrale verpakkingen, een standaard uiterlijk, het verhogen van de prijs en het reclameverbod zijn effectieve maatregelen in het verminderen de aantrekkelijkheid en zo het gebruik van gewone sigaretten onder jongeren (zie onder andere Monshouwer et al., 2014; Villanti et al., 2013).

Vanaf 1 januari 2024 is er een verbod op smaakjes bij e-sigaretten, op 16 smaakstoffen na die smaken naar tabak. Dit is volgens de meeste deelnemers één van de belangrijkste maatregelen. Deze maatregel is deels gebaseerd op het verbod op kenmerkende aroma's bij gewone sigaretten. Naast dat e-sigaretten door het smaakjesverbod minder aantrekkelijk worden, worden ze ook minder verslavend. D8: *“Er is natuurlijk heel veel bekend over smaakjes en allerlei suikers die het verslavender maken. Er zitten zoveel toevoegingen aan sigaretten die je ervoor zorgen dat je minder gaat hoesten, dat je luchtwegen meer open gaan staan, dat je die zoete smaak, dat je het niet vies vindt, nou dat soort dingen”*. D10: *“Maar voor jongere mensen zijn die lekkere smaakjes, menthol- en de fruitsmaakjes en zo, dat zijn de belangrijkste. Als je die wegneemt, wordt het ook minder aantrekkelijk”*.

Verder worden er eisen gesteld aan de verpakking van e-sigaretten, zoals verplichte gezondheidswaarschuwingen. Ook geldt er een reclame- en sponsorverbod en een uitstalverbod voor e-sigaretten. Zo kan de marketing minder goed gericht worden op jongeren en kunnen jongeren minder verleid worden. Dit moet bijdragen aan het verminderen van het e-sigarettengebruik onder jongeren. Verder moet de prijs nog verhoogd worden, moet er nog een standaard uiterlijk komen en moet er nog een neutrale verpakking komen. Daarnaast kunnen er smaakaccessoires, zoals balletjes of sprays, op de markt komen voor e-sigaretten als reactie op het smaakjesverbod. Er wordt verwacht dat de groep gebruikers die over zullen stappen op deze smaakaccessoires niet heel groot zal zijn, maar alertheid voor deze producten is van belang, vanwege de aantrekkelijkheid van de smaken voor jongeren (Villanti et al., 2013). Daarnaast is alertheid van belang, omdat de tabaksindustrie kan reageren op bepaalde maatregelen door het maken van nieuwe producten, die de jongeren weer kunnen lokken. Daarbij zal de tabaksindustrie creatief blijven in hun manier van marketing of productie. D10: *“Dus je ziet ook al dat door middel van marketing trucjes en omzeilingen van de wet dat het product toch bij doelgroepen terecht komen waar het niet zou moeten komen”*.

Ten slotte kan er overwogen worden om een verbod op nicotine in te zetten om e-sigaretten minder verslavend te maken. Met een verbod op smaakjes en een verbod op nicotine zullen e-sigaretten minder aantrekkelijk en verslavend zijn. D10: *“Het moet eigenlijk geen tabaksverbod zijn,*

het moet geen vapeverbod zijn, maar je moet oprecht denk ik naar een nicotine verbod. Dus als jij vapes gaat verkopen waar geen nicotine in zit, dan zal je zien dat ook het gebruik uiteindelijk omlaag zou gaan, omdat het gewoon minder verslavend wordt”.

5. Conclusie, discussie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk zullen conclusies worden getrokken op basis van de gevonden resultaten. Daarbij wordt antwoord gegeven op de onderzoeksvraag: *“In hoeverre zal het beleid omtrent e-sigaretten in Nederland het gebruik van e-sigaretten onder jongeren terugdringen?”*. Hierbij worden ook antwoorden gegeven op de deelvragen. Verder zullen de beperkingen van dit onderzoek worden besproken. Ten slotte worden aanbevelingen gegeven voor vervolgonderzoek en het e-sigarettenbeleid.

5.1 Conclusie

Uit de analyse van interviews en de beleidsstukken is duidelijk geworden wat het beleid omtrent e-sigaretten beoogt, namelijk het beschermen van de volksgezondheid. Een subdoel hierbij is het ontmoedigen, verminderen en voorkomen van het gebruik van e-sigaretten, met als doel de gezondheid van mensen te beschermen. Het bestaande e-sigarettenbeleid is aangescherpt als reactie op de doelen uit het Nationaal Preventieakkoord en de groeiende bezorgdheid omtrent het gebruik onder jongeren (VWS, 2022a, 2022b). Naast de stijgende cijfers in het gebruik van e-sigaretten onder jongeren, blijkt er sprake te zijn van een ‘dual use’ fenomeen, waarbij jongeren zowel e-sigaretten als gewone sigaretten gebruiken. Bovendien zijn de inspanningen van de tabaksindustrie voornamelijk gericht op het aanspreken van jongeren om hen aan te zetten tot het gebruik van e-sigaretten. De e-sigaretten worden interessant en aantrekkelijk gemaakt. Dit benadrukt de focus van het e-sigarettenbeleid op jongeren. In de praktijk gaat het doel van het beleid dus verder dan het beperken van de groep gebruikers tot rokers die willen stoppen met roken. Het draait erom te waarborgen dat mensen, met name jongeren, minder in aanraking komen met e-sigaretten, minder snel beginnen met het gebruik ervan, minder e-sigaretten gebruiken en sneller stoppen met het gebruiken van e-sigaretten.

Het huidige e-sigarettenbeleid omvat een pakket van maatregelen, namelijk kennisverwerving, de integratie van e-sigaretten in de tabaks- en rookwarenwetgeving, het instellen van een minimale leeftijdsgrens, de uitbreiding van het rookverbod naar e-sigaretten, het uitstalverbod, het verbod op reclame en sponsoring, het verbod op smaakjes, het verbod op verkoop op afstand (online verkoopverbod), campagnes, voorlichtingsprogramma’s en hulp bij het stoppen met vaperen. Daarnaast staan er nog maatregelen op de planning, namelijk de beperking van de verkoop tot tabaksspeciaalzaken (in eerste instantie via een verbod op verkoop in supermarkten en horeca-richtingen), prijsverhogingen, het verplichten van een neutrale verpakking en het voorschrijven van een neutraal uiterlijk van de e-sigaret zelf. Deze beleidsmaatregelen zijn gericht op vijf mechanismen, namelijk ‘beschikbaarheid’, ‘zichtbaarheid’, ‘sociale norm’, ‘bewustwording’ en ‘aantrekkelijkheid’. Via deze mechanismen beogen de maatregelen het gebruik van e-sigaretten terug te dringen.

Het e-sigarettenbeleid blijkt zich vooral te concentreren op bewustwording, het verminderen van de beschikbaarheid en het verminderen van de aantrekkelijkheid, met als doel het gebruik onder

jongeren te verminderen. Deze nadruk is een reactie op de recente opkomst van dit onderwerp. Het betreft een relatief nieuw fenomeen waar steeds meer inzicht in wordt verkregen en dat steeds meer wordt gezien onder jongeren, waarbij jongeren aangeven dat e-sigaretten toegankelijk en beschikbaar zijn. Het e-sigarettenbeleid richt zich uiteindelijk op alle vijf eerder genoemde mechanismen, zij het in enigszins verschillende mate, waarbij de nadruk op de zichtbaarheid van e-sigaretten het minst prominent lijkt te zijn. In de literatuurstudie is gezocht naar vergelijkbaar beleid met betrekking tot risicogedrag om de effectiviteit van het e-sigarettenbeleid te kunnen toetsen, waarbij is gekeken naar het beleid omtrent alcohol en roken. Uit deze literatuurstudie is gebleken dat met name de beschikbaarheid, zichtbaarheid, sociale norm en bewustwording van belang zijn in het verminderen van het alcoholgebruik onder jongeren. Wat betreft het verminderen van het sigarettengebruik onder jongeren, blijkt dat de beschikbaarheid, zichtbaarheid, sociale norm, bewustwording én aantrekkelijkheid van belang zijn. Gezien deze bevindingen is het van belang dat het e-sigarettenbeleid zich richt op de combinatie van deze mechanismen. Dit is tevens belangrijk gezien de werking van maatregelen op meerdere mechanismen binnen het beleid.

Het verminderen van de beschikbaarheid van e-sigaretten is belangrijk om jongeren te beperken in hun mogelijkheid om aan e-sigaretten te komen en om impulsaankopen door hen te voorkomen. Dit betreft maatregelen zoals het verminderen van de toegankelijkheid, het beperken van de verkoop, het toepassen van prijsverhogingen en het vergroten van de handhaving op alle regels. Deze aanpak is effectief gebleken in het verminderen van zowel het alcohol- als het sigarettengebruik onder jongeren (Babor et al., 2023; Kleinjan et al., 2019). Voornamelijk het verhogen van de prijs en het beperken van de verkoop blijken het meest effectief te zijn in het terugdringen van het gebruik van deze producten onder jongeren. Deze maatregelen kunnen het gebruik van e-sigaretten onder jongeren dus beperken, voornamelijk de verkoopbeperkingen, bijvoorbeeld door het aantal verkooppunten te verminderen. Deze bevinding kan worden verklaard vanuit het gegeven dat de meeste jongeren (nog) een beperkte mate van zelfcontrole hebben, waardoor het beperken van de beschikbaarheid en het gebruiksgemak ervoor zorgen dat jongeren minder snel e-sigaretten kunnen kopen, zullen kopen en zullen gebruiken (Wikström & Treiber, 2007).

Het verminderen van de aantrekkelijkheid is van belang om de nieuwsgierigheid van jongeren te verminderen en hen minder in de verleiding te brengen om e-sigaretten te gaan gebruiken. Dit omvat maatregelen zoals het beperken van verleidingen, het reguleren van de marketing en het product, zoals de vormgeving en de ingrediënten. Deze benadering blijkt effectief te zijn bij het verminderen van het sigarettengebruik onder jongeren (Rossheim et al., 2020; Villanti et al., 2013). Voorbeelden van effectieve maatregelen die het gebruik van gewone sigaretten onder jongeren verminderen zijn het verbod op kenmerkende aroma's, prijsverhogingen, het verbieden van reclame, het verplichten van neutrale verpakkingen, het invoeren van een neutraal uiterlijk en het plaatsen van gezondheidswaarschuwingen. Deze maatregelen kunnen dus het gebruik van e-sigaretten onder jongeren beperken, voornamelijk het verbieden van aantrekkelijke en lekkere smaakjes. Deze

bevinding is te verklaren vanuit de beperkte zelfregulatie bij jongeren. Ze streven naar bevrediging van behoeften en verlangens, en worden daarbij aangetrokken door stimuli die hieraan kunnen voldoen, zoals e-sigaretten met aantrekkelijke smaken. Het is cruciaal om te voorkomen dat e-sigaretten worden gezien als middel om deze behoeften te kunnen bevredigen (Wikström & Treiber, 2007). Bovendien kunnen jongeren vanuit het hedonische goal-frame handelen, wat betekent dat schadelijke verleidingen, zoals e-sigaretten, zo veel mogelijk beperkt moeten worden voor jongeren (Sijtsema, 2010).

De bewustmaking van jongeren is belangrijk om het onschuldige idee over het gebruik van e-sigaretten te veranderen en om hen de kennis te verschaffen over de gezondheidsrisico's. Dit betreft maatregelen zoals het opnemen van e-sigaretten in de tabakswet, het vergaren van kennis, het instellen van een smaakjesverbod, het plaatsen van gezondheidswaarschuwingen, het rookverbod, campagnes, voorlichtingsprogramma's en het verplichten van een neutrale verpakking. Deze aanpak is effectief gebleken in het verminderen van het alcohol- en sigarettengebruik onder jongeren (Harreveld et al., 2019; Babor et al., 2023). Deze maatregelen, met name het rookverbod en campagnes, blijken het e-sigarettengebruik onder jongeren te kunnen ontmoedigen. Deze bevinding kan worden verklaard vanuit het onrealistisch optimisme bij jongeren omtrent gezondheidsrisico's (Morrison & Bennett, 2015). De maatregelen zullen de risicoperceptie bij jongeren vergroten, waardoor zij langetermijnevolgen beter kunnen inschatten en serieuzer gaan nadenken over het probleem. Hierdoor zullen zij minder snel geneigd zijn e-sigaretten te gebruiken.

Het veranderen van de sociale norm is van belang om jongeren om hen te laten zien dat het gebruik van e-sigaretten niet geaccepteerd wordt en dat het normaal is om te stoppen met het gebruik ervan. Dit omvat maatregelen zoals het verminderen van het aantal verkooppunten, het instellen van het rookverbod, campagnes, voorlichtingsprogramma's en de hulp bij stoppen met vaperen. Deze benadering blijkt voornamelijk effectief te zijn bij het verminderen van het sigarettengebruik onder jongeren (Siegel et al., 2010). Wat betreft het verminderen van het alcoholgebruik onder jongeren blijken campagnes en voorlichtingsprogramma's niet effectief te zijn, aangezien jongeren aangeven alcohol te drinken om sociaal te zijn en sociale afwijzing te voorkomen (Harreveld et al., 2019). Voornamelijk het rookverbod, het verminderen van het aantal verkooppunten en de hulp bij het stoppen met vaperen blijken het e-sigarettengebruik onder jongeren te kunnen ontmoedigen. Deze bevinding is te verklaren vanuit de gevoeligheid van jongeren voor hun sociale omgeving en de mate waarin zij meebewegen met deze omgeving. Bovendien zijn beschermende factoren van belang, zoals ouders, school en rolmodellen, om de sociale norm tegen het vaperen te benadrukken en zo ervoor te zorgen dat jongeren minder snel en minder vaak e-sigaretten gaan gebruiken (Van der Laan et al., 2006).

Het verminderen van de zichtbaarheid speelt in op het tegengaan van impulsaankopen, het beperken van verleidingen en het verminderen van de interesse in e-sigaretten. Dit betreft maatregelen zoals het online verkoopverbod, verkoopbeperkingen, het rookverbod, het uitstalverbod en het verbod

op reclame en sponsoring. Deze benadering blijkt, zoals uit de literatuurstudie blijkt met betrekking tot het beleid omtrent alcohol en roken, in mindere mate van belang te zijn, hoewel enkele maatregelen effectief blijken te zijn in het verminderen van het gebruik van deze producten onder jongeren (Saffer & Dave, 2006; Visscher et al., 2021). Deze maatregelen, met name het verbod op reclame en presentatie, kunnen dus het gebruik van e-sigaretten onder jongeren enigszins beperken. Ook deze bevinding kan verklaard worden vanuit het hedonische goal-frame, dat vaak leidend is in het handelen van jongeren. Hiervoor is het van belang om schadelijke verleidingen te beperken (Sijtsema, 2010). Daarnaast speelt het in op de geringe mate van zelfcontrole bij jongeren, waarbij het van belang is dat e-sigaretten niet leiden tot impulsieve aankopen (Wikström & Treiber, 2007). Hoewel het verminderen van de zichtbaarheid niet overmatig benadrukt hoeft te worden in het e-sigarettenbeleid, dient er wel aandacht aan besteed te worden.

Al met al worden veel verschillende maatregelen getroffen om het gebruik van e-sigaretten onder jongeren te verminderen en om te voorkomen dat ze ermee gaan beginnen. Ook staan er nog enkele maatregelen op de planning. De maatregelen spelen in op de geringe mate van zelfregulatie bij jongeren en het hedonische goal-frame waar jongeren vaak vanuit handelen. Gezien de volwassen kloof die jongeren ervaren, hebben ze een verhoogd risico op het vertonen van risicogedrag. De variatie in de redenen waarom jongeren e-sigaretten gebruiken, rechtvaardigt een breed scala aan maatregelen die inspelen op meerdere mechanismen. De mechanismen waarop het beleid zich baseert, komen overeen met de mechanismen waar het beleid omtrent alcohol en roken op is gebaseerd. De grootste nadruk ligt op het beperken van de beschikbaarheid, het verminderen van de aantrekkelijkheid en het vergroten van de bewustwording. Daarna volgt de focus op het veranderen van de sociale norm en ten slotte op de zichtbaarheid. Hierbij lijkt het beleid in potentie effectief te zijn, aangezien het beleid inspeelt op vijf belangrijke mechanismen met betrekking tot het e-sigarettengebruik onder jongeren. Het belangrijkste is dat er meerdere maatregelen zijn en worden genomen, omdat de effectiviteit van het beleid afhangt van de samenhang tussen de mechanismen en daarbij van een samenhangend pakket aan maatregelen. In zekere mate zal het beleid dus het gebruik van e-sigaretten onder jongeren ontmoedigen en dus verminderen.

5.2 Discussie

Ondanks de potentiële effectiviteit zijn er enkele bedreigingen gebleken voor de effectiviteit van het beleid. De drie voornaamste bedreigingen worden besproken. Deze zijn het vaakst genoemd in de documentenanalyse, tijdens de interviews en in de literatuurstudie.

Ten eerste heeft bijna elke deelnemer aangegeven dat de ‘illegale’ verkoop van e-sigaretten een bedreiging vormt voor de effectiviteit van het beleid. Dit betreft niet alleen de online verkoop, bijvoorbeeld via sociale media of grensoverschrijdende verkoop, maar ook de verkoop via vrienden. Deze vorm van verkoop is lastig om grip op te krijgen en te reguleren, wat invloed heeft op de handhaving van maatregelen zoals de prijs, leeftijd en ingrediënten. Aan de ene kant geven de

deelnemers ook aan dat deze groep gebruikers waarschijnlijk niet heel groot zal zijn. Aan de andere kant zijn er signalen dat dit daadwerkelijk een rol speelt in de samenleving en dus een bedreiging vormt voor het beleid (TabakNee, 2023b). Desalniettemin is het van belang om de beschikbaarheid van e-sigaretten zo veel mogelijk te beperken, aangezien jongeren altijd een bepaalde mate van risicogedrag vertonen (Moffitt, 1993). Er kunnen dus nog aanvullende maatregelen genomen worden om de beschikbaarheid van e-sigaretten nog meer te beperken.

Ten tweede is beperkte handhaving een bedreiging waar bijna alle deelnemers op hebben gewezen. Handhaving en regelmatige controle van de maatregelen zijn cruciaal voor de effectiviteit ervan en daarmee voor het verminderen van het gebruik onder jongeren (Van Hasselt et al., 2010). Dit betreft de handhaving van alle maatregelen, maar met name de maatregelen die moeilijk te handhaven zijn, zoals het online verkoopverbod of de leeftijdsgrens. Het gebruiksgemak en de beperkte kennis onder jongeren over de e-sigaret verlagen de drempel om de regels te overtreden. Bovendien is de tabaksindustrie voortdurend bezig met het zoeken naar manieren om mazen in de wet te benutten waar zij op kunnen inspelen. Deelnemers hebben aangegeven dat de industrie bijvoorbeeld met een nieuw product zal komen waarbij nicotine toch in combinatie met aantrekkelijke smaakjes kan worden verkocht, of met nieuwe smaakaccessoires op de markt zal komen, waar niet adequaat tegen kan worden opgetreden. Het is van belang voor de effectiviteit van het beleid om hierop alert te blijven.

Ten slotte is het tempo waarin maatregelen worden doorgevoerd genoemd door meerdere deelnemers. Het doorvoeren van de maatregelen gaat namelijk niet zo snel als gewenst zou zijn om het gebruik van e-sigaretten zo snel mogelijk en zo veel mogelijk te ontmoedigen. Maatregelen, zoals het smaakjesverbod, worden uitgesteld, terwijl ondertussen steeds meer jongeren en kinderen de e-sigaretten met smaakjes gebruiken en hier eventueel verslaafd aan kunnen raken (Bommelé & Willemsen, 2023; Kamerstuk II, 35321, nr. 3, 2019). De deelnemers noemen twee oorzaken voor het trage tempo. De eerste oorzaak ligt in de weerstand die de tabaksindustrie biedt tegen de te nemen maatregelen. Zo heeft het smaakjesverbod vertraging opgelopen door weerstand vanuit de tabaksindustrie sinds het moment dat het verbod is aangekondigd (TabakNee, 2022b). De tweede oorzaak is de afhankelijkheid van het kabinet en de Europese richtlijnen voor de doorvoering van maatregelen. Een voorbeeld hiervan is het verhogen van de prijs van e-sigaretten. In de TPD zullen nieuwe richtlijnen hierover komen, maar het kan nog enkele jaren duren voordat deze er zijn. Verder heeft het kabinet de Tweede Kamer gevraagd om een plan voor verbruiksbelasting op e-sigaretten (NOS Nieuws, 2023b), maar op dit moment geldt er geen accijns op e-sigaretten en wordt de prijs ervan dus niet verhoogd (TabakNee, 2023c). Terwijl deze maatregel effectief is om het gebruik onder jongeren te verminderen en is door bijna alle deelnemers als belangrijke maatregel genoemd. Ook blijkt dit uit het beleid omtrent alcohol en roken (Babor et al., 2023; Bader et al., 2011). Jongeren richten zich meer op de kortetermijneffecten, zoals de prijs en de directe gevolgen voor de gezondheid, en zullen de langetermijneffecten onderschatten, zoals de kans op bepaalde ziektes en de uitgaven op de lange termijn. Daarom is het juist voor jongeren van belang om maatregelen te nemen

die effect hebben op het vergroten van de kortetermijneffecten, bijvoorbeeld door het verhogen van de accijns (De Wit et al., 2016) en hen bewust te maken van de gezondheidsrisico's op de korte termijn.

5.3 Aanbevelingen

5.3.1 Aanbevelingen voor beleid

Er zijn op basis van dit onderzoek een paar aanbevelingen geformuleerd met betrekking tot de maatregelen van het e-sigarettenbeleid. Dit betreft de maatregelen. Er gebeurt al veel omtrent het ontmoedigen van het e-sigarettengebruik onder jongeren. Niettemin kan er nog meer gedaan worden en kunnen er dus aanvullende maatregelen worden genomen om het gebruik verder te ontmoedigen. Dit wordt ondersteund door de cijfers omtrent het e-sigarettengebruik onder jongeren en door de bewezen effectieve maatregelen van het beleid omtrent alcohol en roken. Enkele voorbeelden van aanvullende maatregelen zijn genoemd tijdens de interviews en komen naar voren in de literatuur.

Een voorbeeld hiervan is het verhogen van de leeftijdsgrens naar 21 jaar. Aan de ene kant kan deze maatregel ervoor zorgen dat jongeren, die de kloof tussen biologische en sociale volwassenheid ervaren, nog meer moeite zullen hebben met deze kloof (Agnew, 2003) en meer geneigd zullen zijn om e-sigaretten te gaan gebruiken. Aan de andere kant beperkt deze maatregel de beschikbaarheid van e-sigaretten voor jongeren, wat in andere landen en bij het verhogen van de leeftijdsgrens naar 18 jaar in Nederland effectief is gebleken (Garritsen, Geuke et al., 2023). Bij de implementatie van deze maatregel moet rekening worden gehouden met effectieve handhaving op deze maatregel, naleving door verkopers van deze maatregel en de aanwezigheid van aanverwante producten (Garritsen, Geuke et al., 2023).

Nog meer voorbeelden van aanvullende maatregelen zijn het beperken van de dagen en tijden waarop e-sigaretten verkocht mogen worden, lokale maatregelen of interventies, een generatieverbod, het invoeren van een vergunningstelsel, het voorschrijven van e-sigaretten op doktersrecept of een totaalverbod op nicotine. Het voorschrijven van e-sigaretten op doktersrecept sluit ook goed aan op een subdoel van het e-sigarettenbeleid, namelijk het beperken van de gebruikers tot rokers die het als hulpmiddel gebruiken om te stoppen met roken. In de essentie is het meest belangrijke dat er diverse maatregelen worden ingezet, omdat het totale pakket aan maatregelen uiteindelijk inspeelt op alle mechanismen en daardoor het meest effectief kan zijn in het verminderen van het gebruik van e-sigaretten, met name onder jongeren.

5.3.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Op basis van dit onderzoek zijn er enkele aanbevelingen voor vervolgonderzoek. Ten eerste zou het waardevol zijn voor de kennis over de effectiviteit van het e-sigarettenbeleid als de maatregelen geëvalueerd worden. Denk hierbij aan het beperken van de verkoop van e-sigaretten tot

tabaksspecialzaken, het verhogen van de prijs, het invoeren van een neutraal uiterlijk en het verplichten van een neutrale verpakking. Het effect van deze maatregelen kan worden onderzocht aan de hand van voor- en nametingen. Deze bevindingen zouden waardevol en leerzaam zijn voor het e-sigarettenbeleid, niet alleen in Nederland, maar ook voor andere landen.

Ten tweede is het van belang dat er een gestandaardiseerde monitor komt om de prevalentie van het e-sigarettengebruik nauwkeurig in kaart te brengen. Dit is van belang om te bepalen in hoeverre het gebruik van e-sigaretten een tijdelijk fenomeen is of een langdurig probleem vormt. Bovendien is dit van belang voor het adequaat evalueren van maatregelen gericht op het verminderen van het e-sigarettengebruik.

Ten derde is het van belang om onderzoek te doen naar de bedreigingen voor de effectiviteit van het beleid en hoe deze zo veel mogelijk beperkt kunnen worden. Deze bedreigingen omvatten de 'illegale' verkoop van e-sigaretten, de handhaving en het tempo van het implementeren van maatregelen. Het e-sigarettenbeleid het meest effectief zijn in het verminderen van het gebruik onder jongeren wanneer de impact van deze bedreigingen zo klein mogelijk is.

Ten slotte is het belangrijk om op te merken dat voor de interviews mensen zijn benaderd die allemaal tegen het gebruik van e-sigaretten zijn. In Engeland zijn e-sigaretten tot een aantal maanden geleden nog gepromoot en gratis uitgedeeld om mensen te helpen stoppen met het roken van tabakssigaretten (Troelstra, Croes et al., 2020). Voor de waarde en diepgang van de resultaten van vervolgonderzoek zou het interessant kunnen zijn om ook gesprekken te voeren met bijvoorbeeld voorstanders van e-sigaretten (zoals frontgroepen), mensen uit de tabaksindustrie, maar bijvoorbeeld ook (jonge) gebruikers van e-sigaretten of personen betrokken bij lokaal beleid omtrent e-sigaretten. Deze diverse groepen zullen verschillende visies hebben over het e-sigarettenbeleid en het gebruik van e-sigaretten. Ze zullen ook op verschillende wijze denken over de effectiviteit van maatregelen en mogelijk een nieuw perspectief kunnen bieden op de mechanismen.

Literatuurlijst

In deze literatuurlijst is verwezen volgens de zevende editie van de APA-richtlijnen (Smits, 2020).

- Agnew, R. (2003). An Integrated Theory Of The Adolescent Peak In Offending. *Youth & Society*, 34(3), 263-299. <https://doi.org/10.1177/0044118X02250094>
- Anderson, P., De Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R., Hastings, G. (2009). Impact of Alcohol Advertising and Media Exposure on Adolescent Alcohol Use: A Systematic Review of Longitudinal Studies. *Alcohol and Alcoholism*, 44(3), 229-243. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agn115>
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. (2014). *Sociale Psychologie* (L. Pierik, N. Jacobs, M. Ter Beek, B. Smeets, en L. Brouwers, Vert.; 8^e ed.). Pearson Benelux.
- Babor, T. F., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., & Giesbrecht, N. (2023). *Alcohol: no ordinary commodity: Research and public policy* (3e ed.) [E-book]. Oxford University Press. Geraadpleegd op 16 oktober 2023, van https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/publicaciones/catalogo/bibliotecaDigital/publicaciones/pdf/2023/Babor_TF_Alcohol_No_Ordinary_Commodity_2023.pdf
- Bader, P., Boisclair, D., & Ferrence, R. (2011). Effects of tobacco taxation and pricing on smoking behavior in high risk populations: A knowledge synthesis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(11), 4118-4139. <https://doi.org/10.3390/ijerph8114118>
- Beenen, P., Bosch, F., & Hofenk, H. (2018, 15 juli). Healthy Ageing zet de transitie in! Beweging en houding vraagt om fundamentele maatschappelijke verandering. *Lichamelijke opvoeding (LO)*, 106(5). Geraadpleegd op 23 mei 2023, van https://research.hanze.nl/ws/portalfiles/portal/25844949/3671_healthy_ageing_2_.pdf
- Bieleman, B., Kruize, A., & Zimmerman, C. (2010). *Monitor tabaksverstrekking jongeren 2009: naleving leeftijdsgrens 16 jaar: tweejaarlijkse metingen 1999-2009*. IntraVal.
- Boer, M., Van Dorsselaer, S., De Looze, M., De Roos, S., Brons, H., Van Den Eijnden, R., Monshouwer, K., Huijnk, W., Ter Bogt, T., Vollebergh, W., & Stevens, G. (2022). *HBSC 2021: Gezondheid en welzijn van jongeren in Nederland* [Rapport]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 13 februari 2023, van <https://www.trimbos.nl/aanbod/webwinkel/af2022-hbsc-2021/>
- Bommelé, J., & Willemsen, M. (2020a, januari). *Kerncijfers roken 2018* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/sites/31/2021/09/af1697-kerncijfers-roken-2018.pdf>
- Bommelé, J., & Willemsen, M. (2020b, juli). *Kerncijfers roken 2019* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/sites/31/2021/09/af1791-kerncijfers-roken-2019.pdf>

- Bommelé, J., & Willemsen, M. (2021, mei). *Kerncijfers roken 2020* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2021/11/AF1897-Kerncijfers-roken-2020.pdf>
- Bommelé, J., & Willemsen, M. (2022, juni). *Kerncijfers roken 2021* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 13 februari 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2022/06/AF1998-Kerncijfers-Roken-2021.pdf>
- Bommelé, J., & Willemsen, M. (2023, september). *Kerncijfers roken 2022* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 18 oktober 2023, van <https://www.trimbos.nl/aanbod/webwinkel/af2090-kerncijfers-roken-2022/>
- Bongers, F. (2023). De rol van de beleidstheorie in het ontwerpen en evalueren van beleid. *Beleidsonderzoek Online, 2023*. <https://doi.org/10.5553/BO/221335502023007>
- Bruin, P., & Cox, P. (2023, 13 juli). *Campagne-effectonderzoek NIX18 (voorjaar 2023)* [Rapport]. DVJ Insights. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van <https://open.overheid.nl/documenten/64eda1e2-5c51-4b7d-afaf-1786ce173e07/file>
- Buisman, R., Blankers, M., & Van Laar, M. (2015). Het gebruik van e-sigaretten onder Nederlandse jongeren: Een verkennend onderzoek. *Verslaving, 11*, 77-88. <https://doi.org/10.1007/s12501-015-0017-y>
- Burton, R., Henn, C., Lavoie, D., O'Connor, R., Perkins, C., Sweeney, K., Greaves, F., Ferguson, B., Beynon, C., Belloni, A., Musto, V., Marsden, J., & Sheron, N. (2017). A rapid evidence review of the effectiveness and cost-effectiveness of alcohol control policies: An English perspective. *The Lancet, 389*(10078), 1558-1580. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(16\)32420-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(16)32420-5)
- Cammaert, M., & Woudstra, M. (2021, 8 maart). *Campagne-effectonderzoek BOB* [Rapport]. DVJ Insights. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-889b6e54-56a9-4655-8eac-977db5e24efc/pdf>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2019, 1 november). *Documentatie: Leefstijlmonitor 2018 (LSM) Aanvullende Module Middelen*. Geraadpleegd op 27 maart 2023, van <https://www.cbs.nl/-/media/cbs-op-maat/microdatabestanden/documents/2019/48/lsm2018.pdf>
- Chang, Y.-P., & Seo, Y. S. (2021). E-cigarette use and concurrent risk behaviors among adolescents. *Nursing Outlook, 69*(3), 302-310. <https://doi.org/10.1016/j.outlook.2020.09.005>
- Croes, E., & Willemsen, M. (2020). *Effecten van accijns en prijs op het gebruik van tabaksproducten* (Factsheet AF1357). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2023/06/AF1357-Effecten-van-accijns-en-prijs-op-gebruik-van-tabaksproducten_2020.pdf
- Dam, W., Bommelé, J., Willemsen, M. (2022, mei). *Effectiviteit van Nederlands tabaksontmoedigingsbeleid* [Notitie]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 25 oktober 2023,

- van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2022/06/AF1989-Effectiviteit-van-Nederlands-tabaksontmoedigingsbeleid.pdf>
- De Kinderen, R. J. A., Wijnen, B. F. M., Evers, S. M. A. A., Hilingsmann, M., Paulus, A. T. G., De Wit, G. A., Van Gils, P. F., Over, E. A. B., Suijkerbuijk, A. W. M., & Smit, F. (2019). Social cost-benefit analysis of tobacco control policies in the Netherlands. *European Journal of Public Health*, 29(4), ckz185.793. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckz185.793>
- De Pauw, E. (2009). *Invloed van school en woonbuurt op het middelengebruik door jongeren: Resultaten vanuit HBSC-studie* [Masterproef, Universiteit Gent]. Libstore Ugent. Geraadpleegd op 13 april 2023, van https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/392/025/RUG01-001392025_2010_0001_AC.pdf
- De Wit, G. A., Van Gils, P. F., Over, E. A. B., Suijkerbuijk, A. W. M., Lokkerbol, J., Smit, F., Evers, S. M. A. A., & De Kinderen, R. J. A. (2016). *Maatschappelijke kosten-baten analyse van beleidsmaatregelen om alcoholgebruik te verminderen* (Rapport 2018-0146). RIVM. Geraadpleegd op 14 september 2023, van <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/2018-0146.pdf>
- Duckworth, A. L., & Steinberg, L. (2015). Unpacking Self-Control. *Child Development Perspectives*, 9(1), 32-37. <https://doi.org/10.1111/cdep.12107>
- Ehren, M. C. M., Leeuw, F., & Scheerens, J. (2005). On the impact of the Dutch Educational Supervision Act: Analyzing Assumptions Concerning the Inspection of Primary Education. *American Journal of Evaluation*, 26(1), 60-76. <http://dx.doi.org/10.1177/1098214004273182>
- European Commission. (2021). *Special Eurobarometer 506: Attitudes of Europeans towards tobacco and electronic cigarettes* [Report]. Europa.eu. Geraadpleegd op 9 oktober 2023, van <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=73947>
- European Tobacco Products Directive. (2014). *Richtlijn 2014/40/EU van het Europees Parlement en de Raad*. Geraadpleegd op 25 september 2023, van <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0040>
- Feldman, R. S. (2016). *Ontwikkelingspsychologie* (7^e ed.). Pearson Benelux.
- Food and Drug Administration. (2022). *Scientific Review of the Effects of Menthol in Cigarettes on Tobacco Addiction: 1980-2021*. Geraadpleegd op 25 september 2023, van <https://www.fda.gov/media/157642/download>
- Ford, A., Moodie, C., MacKintosh, A. M., & Hastings, G. (2014). Adolescent perceptions of cigarette appearance. *European Journal of Public Health*, 24(3), 464-468. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckt161>
- Franken, A., Dijkstra, J. K., Harakeh, Z., & Vollebergh, W. (2020). Risicogedrag van jongeren: In hoeverre verschilt de invloed van leeftijdsgenoten op het beginnen met risicogedrag en aanpassen in risicogedrag? *Tijdschrift voor Criminologie*, 62(2-3), 180-199. <https://doi-org.proxy-ub.rug.nl/10.5553/TvC/0165182X2020062203004>

- Garritsen, H., Bommelé, J., De Nerée, C., Troelstra, S., Croes, E., & Willemsen, M. (2023, 3 oktober). *Jongerenmonitor tabaks- en nicotineproducten: Het gebruik van tabaks- en nicotineproducten door jongeren en jongvolwassenen van 12 tot en met 25 jaar* (Rapport AF2112). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 18 oktober 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2023/10/AF2112-Jongerenmonitor-tabaks-en-nicotineproducten-.pdf>
- Garritsen, H., Geuke, G., Walters, B. H., & Willemsen, M. (2023). *Leeftijdsgrens verkoop tabak naar 21 jaar* [Notitie]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 26 oktober 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2023/10/AF2109-Notitie-Leeftijdsgrens-verkoop-tabak-naar-21-jaar.pdf>
- Gezond Leven. (z.d.). *Wat is een e-sigaret?* Geraadpleegd op 13 februari 2023, van <https://www.gezondleven.be/themas/tabak/e-sigaret/wat-is-een-e-sigaret>
- Hahn, R. A., Kuzara, J. L., Elder, R., Brewer, R., Chattopadhyay, S., Fielding, J., Naimi, T. S., Toomey, T., Middleton, J. C., Lawrence, B. (2010). Effectiveness of Policies Restricting Hours of Alcohol Sales in Preventing Excessive Alcohol Consumption and Related Harms. *American Journal of Preventive Medicine*, 39(6), 590-604. <https://doi.org/10.1016%2Fj.amepre.2010.09.016>
- Harreveld, C., Voogt, C., Plaijne, M., & Lemmers, L. (2019). *Alcoholpreventie bij jongeren en jongvolwassenen: Effectieve interventies en andere mogelijkheden voor preventie van alcoholgebruik bij jongeren en jongvolwassenen (11-24 jaar)* (Rapport AF1670). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 20 september 2023, van <https://www.loketgezondleven.nl/sites/default/files/2019-07/190306%20Rapport%20Wat%20Werkt%20dossier%20Alcohol%20en%20Jongeren%20-%20DEF.pdf>
- Hatsukami, D. K., Kotlyar, M., Hertsgaard, L. A., Zhang, Y., Carmella, S. G., Jensen, J. A., Allen, S. S., Shields, P. G., Murphy, S. E., Stepanov, I., & Hecht, S. S. (2010). Reduced nicotine content cigarettes: effects on toxicant exposure dependence and cessation. *Addiction*, 105(2), 343-355. <https://doi.org/10.1111%2Fj.1360-0443.2009.02780.x>
- Heisen, E. (2020, 12 mei). *Waarom is de e-sigaret zo populair onder jongeren? En zes andere vragen over vaperen*. RTL Nieuws. Geraadpleegd op 14 februari 2023, van <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5119431/gebruik-e-sigaretten-jongeren-onderzoek-trimbos>
- Hobin, E., Schoueri-Mychasiw, N., Weerasinghe, A., Vallance, K., Hammond, D., Greenfield, T., McGavock, J., Paradis, C., & Stockwell, T. (2020). Effects of strengthening alcohol labels on attention, message processing, and perceived effectiveness: A quasi-experimental study in Yukon, Canada. *International Journal of Drug Policy*, 77, 102666. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102666>

- Houterman, K., & De Goede, A. (2023, 11 oktober). *Van Ooijen woest op overtreders online verkoop vapes: boetes omhoog*. RTL Nieuws. Geraadpleegd op 17 oktober 2023, <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5412551/maarten-van-ooijen-vape-online-te-koop-reactie-vws-nvwa-boetes>
- Hummel, K., Willemsen, M. C., De Vries, H., Monshouwer, K., & Nagelhout, G. E. (2017). Social Acceptance of Smoking Restrictions During 10 Years of Policy Implementation, Reversal, and Reenactment in the Netherlands: Findings From a National Population Survey. *Nicotine & Tobacco Research*, 19(2), 231-238. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntw169>
- International Agency for Research on Cancer. (2011). *Effectiveness of Tax and Price: Policies for Tobacco Control*. Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://publications.iarc.fr/_publications/media/download/4018/05229a5e57f58b0bf51364dd0f3329d45c898839.pdf
- Jellinek. (z.d.). *Vapen en de e-sigaret: wat is het en is het slecht voor je?* Geraadpleegd op 24 oktober 2023, van <https://www.jellinek.nl/vraag-antwoord/vapen-e-sigaret-is-het-slecht-voor-je/>
- Jessurun, J., & Peene, G. (2022, 9 oktober). *Gebruik van e-sigaretten in clubs neemt toe ondanks verbod*. NOS Nieuws. Geraadpleegd op 6 oktober 2023, van <https://nos.nl/artikel/2447630-gebruik-van-e-sigaretten-in-clubs-neemt-toe-ondanks-verbod>
- Kamerstuk II, 34470, nr. 3. (2016). Geraadpleegd op 17 oktober 2023, van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-34470-3.html>
- Kamerstuk II, 35321, nr. 3. (2019, 29 oktober). Geraadpleegd op 17 oktober 2023, van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-35321-3.html>
- King, V. (2016). *10 Keys to Happier Living: A Practical Handbook for Happiness*. Headline.
- Kisjes, H. (2009). Alcoholgebruik onder jongen: Hoe denken studenten van de Fontys Minor Verslavingsdeskundige over het alcoholgebruik onder jongeren? *Onderwijs en gezondheidszorg*, 33(3), 21-23. <https://doi.org/10.1007/BF03088606>
- Kleijne, J. (2023, 23 februari). *Cardioloog Thomas Symersky: 'Een grof schandaal dat we de e-sigaret hebben toegelaten'*. TabakNee. Geraadpleegd op 26 februari 2023, van <https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/2731-cardioloog-tomas-symersky-een-grof-schandaal-dat-we-de-e-sigaret-hebben-toegelaten>
- Kleinjan, M., Willemsen, M., & Bommelé, J. (2019). *Rookpreventie bij jongeren: Effectieve interventies en andere mogelijkheden voor preventie van roken bij jongeren* (Rapport AF1667). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 26 september 2023, van <https://www.trimbos.nl/docs/af1667-rookpreventie-bij-jongeren.pdf>
- Kruize, A., & Pieper, R. (2021, maart). *Monitor Kopen tabak door jongeren: Meting 2020*. Breuer & IntraVal. Geraadpleegd op 28 maart 2023, van <https://www.breuerintraVal.nl/wp-content/uploads/2021/04/Monitor-kopen-tabak-jongeren-meting-2020.pdf>

- Kruize, A., & Pieper, R. (2022, december). *Onderzoek gebruik en kopen van snus en vape producten door jongeren* [Factsheet]. Breuer & IntraVal. Geraadpleegd op 16 april 2023, van https://www.breuerintraVal.nl/wp-content/uploads/2023/04/Factsheet-gebruik-en-kopen-snus-en-vape_def.pdf
- Krüsemann, E. J. Z. (2021). *The role of flavors in attractiveness of electronic cigarettes* [PhD thesis, Wageningen University]. Library WUR. Geraadpleegd op 14 februari 2023, van <https://library.wur.nl/WebQuery/wurpubs/fulltext/537112>
- Lang, G. & Van der Molen, H. T. (2012). *Psychologische gespreksvoering: Een basis voor hulpverlening*. Uitgeverij Boom Nelissen.
- Lemmers, L., Mulder, J., Onrust, S., Verdurmen, J., & Van Hasselt, N. (2016). *Preventie van schadelijk alcoholgebruik: Een update van de kennissynthese uit 2010 en een Roadmap voor STAD-Nederland* (Rapport AF1478). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 21 september 2023, van <https://www.trimbos.nl/docs/af1478-preventie-van-schadelijk-alcoholgebruik.pdf>
- Lindenberg, S. (2006). Prosocial Behavior, Solidarity, and Framing Processes. In D. Fetchenhauer, A. Flache, A. P. Buunk, and S. Lindenberg (Eds.), *Solidarity and Prosocial Behavior: An Integration of Sociological and Psychological Perspectives* (pp. 23-44). Springer. https://doi.org/10.1007/0-387-28032-4_2
- Lindenberg, S. (2013). Social rationality, self-regulation and well-being: The regulatory significance of needs, goals, and the self. In R. Wittek, T. A. B. Snijders, and V. Nee (Eds.), *Handbook of Rational Choice Social Research* (pp. 72-112). Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9780804785501-005>
- Lindenberg, S. (2022). Goal-framing theory: A short overview 2022. In D. Marchand, E. Pol, and K. Weiss (Eds.), *Psychologie environnementale, 100 notions clés* (pp. 115-120). Dunod. Geraadpleegd op 22 juni 2023, van https://www.researchgate.net/publication/362579209_Goal-framing_theory_a_short_overview_2022
- Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, Gain and Hedonic Goal Frames Guiding Environmental Behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117-137. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x>
- Lindquist, E., & Wellstead, A. (2019). Policy process research and the causal mechanism movement: reinvigorating the field? In Capano, G., Howlett, M., Ramesh, M., & Virani, A (Eds.), *Making Policies Work: First- and Second-order Mechanisms in Policy Design* (pp. 14-39). Edward Elgar Publishing. <http://dx.doi.org/10.4337/9781788118194>
- MacKintosh, A. M., Moodie, C., & Hastings, G. (2012). The association between point-of-sale displays and youth smoking susceptibility. *Nicotine & Tobacco Research*, 14(5), 616-620. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntr185>

- Middleton, J. C., Hahn, R. A., Kuzara, J. L., Elder, R., Brewer, R., Chattopadhyay, S., Fielding, J., Naimi, T. S., Toomey, T., Lawrence, B. (2010). Effectiveness of Policies Maintaining or Restricting Days of Alcohol Sales on Excessive Alcohol Consumption and Related Harms. *American Journal of Preventive Medicine*, 39(6), 575-589.
<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2010.09.015>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2018, 23 november). *Nationaal Preventieakkoord*. Open Overheid. Geraadpleegd op 26 maart 2023, van <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-1f7b7558-4628-477d-8542-9508d913ab2c/pdf>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2022a, 28 september). *Regeling reguleren van smaken e-sigaret*. Geraadpleegd op 18 oktober 2023, van <https://www.internetconsultatie.nl/smaakjesverbod>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2022b, 24 november). *Besluit van 21 november 2022, houdende de wijziging van het Tabaks- en rookwarenbesluit in verband met de regulering van smaken voor e-sigaretten* (Staatsblad 2022, 463). Overheid.nl. Geraadpleegd op 25 mei 2023, van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2022-463.html>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2022c, 28 november). *Regeling van de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport van 22 november 2022, kenmerk 3456548-1038502-WJZ, houdende wijziging van de Tabaks- en rookwarenregeling ter regulering van smaken voor e-sigaretten* (Staatscourant 2022, 32367). Overheid.nl. Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2022-32367.html>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2023a, 20 april). *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* (Staatsblad 2023, 141). Overheid.nl. Geraadpleegd op 19 oktober 2023, van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2023-141.html>
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2023b, 22 mei). *Registratieplicht verkooppunten tabaksproducten en aanverwante producten*. Overheid.nl. Geraadpleegd op 17 oktober 2023, van <https://www.internetconsultatie.nl/registratieplichttabak/b1>
- Moffitt, T. E. (1993). Adolescence-limited and life-course-persistent antisocial behavior: A developmental taxonomy. *Psychological Review*, 100(4), 674-701.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-295X.100.4.674>
- Monshouwer, K., Verdurmen, J., Ketelaars, T., & Van Laar, M. W. (2014). *Points of sale of tobacco products*. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 26 september 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/sites/31/2021/09/af1304-points-of-sale-of-tobacco-products.pdf>

- Moodie, C., Gendall, P., Hoek, J., MacKintosh, A. M., Best, C., & Murray, S. (2017). The Response of Young Adult Smokers and Nonsmokers in the United Kingdom to Dissuasive Cigarettes: An Online Survey. *Nicotine & Tobacco Research*, 21(2), 227-233.
<https://doi.org/10.1093%2Fntn%2Fntx261>
- Moodie, C., Ford, A., MacKintosh, A., & Purves, R. (2014). Are all cigarettes just the same? Female's perceptions of slim, coloured, aromatized and capsule cigarettes. *Health Education Research*, 30(1), 1-12. <http://dx.doi.org/10.1093/her/cyu063>
- Morrison, V., & Bennett, P. (2015). *Gezondheidspsychologie* (2^e ed.). Pearson Benelux.
- Nederlands Jeugdinstituut. (2023a, 2 juni). *Cijfers over alcoholgebruik*. Geraadpleegd op 19 juli, van <https://www.nji.nl/cijfers/alcoholgebruik>
- Nederlands Jeugdinstituut. (2023b, 21 augustus). *Cijfers over roken*. Geraadpleegd op 22 september 2023, van <https://www.nji.nl/cijfers/roken>
- Nederlands Netwerk voor Tabaksonderzoek. (z.d.). *Congres 2023*. Geraadpleegd op 26 juni 2023, van <https://nnvt.org/congres-2023/>
- Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit. (z.d.-a). *Vapes en e-sigaretten*. Geraadpleegd op 19 juni 2023, van <https://www.nvwa.nl/onderwerpen/vapes-en-e-sigaretten>
- Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit. (z.d.-b). *Wet- en regelgeving roken en tabak*. Geraadpleegd op 11 april 2023, van <https://www.nvwa.nl/onderwerpen/roken-en-tabak/wet-en-regelgeving>
- NOS Nieuws. (2023a, 7 april). *Brancheorganisatie daagt Staat voor rechter om smaakjesverbod e-sigaretten*. Geraadpleegd op 19 oktober 2023, van <https://nos.nl/artikel/2470570-brancheorganisatie-daagt-staat-voor-rechter-om-smaakjesverbod-e-sigaretten>
- NOS Nieuws. (2023b, 17 oktober). *Kabinet vraagt Kamer om plan voor accijns op e-sigaret*. Geraadpleegd op 19 oktober 2023, van <https://nos.nl/artikel/2494418-kabinet-vraagt-kamer-om-plan-voor-accijns-op-e-sigaret>
- Ollila, E. (2019). See you in court: obstacles to enforcing the ban on electronic cigarette flavours and marketing in Finland. *Tobacco Control*, 29(1), 175-180.
<http://dx.doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2019-055260>
- Onrust, S. A., Otten, R., Lammers, J., & Smit, F. (2016). School-based programmes to reduce and prevent substance use in different age groups: What works for whom? Systematic review and meta-regression analysis. *Clinical Psychology Review*, 44, 45-59.
<https://doi.org/10.1016/j.cpr.2015.11.002>
- Oosterheerd, A. (2015). *Risicogedrag bij Jonge Adolescenten: Verklaard vanuit het Dual Systems Model* [Bachelorscriptie, Universiteit van Amsterdam]. Sripties UbA UvA. Geraadpleegd op 11 april 2023, van <https://dspace.uba.uva.nl/server/api/core/bitstreams/6eb5acf8-54e3-41b3-a8d9-bb7fd7a2f40e/content>
- Opp, K.-D. (2020). Self-control theory. In K.-D. (Ed.), *Analytical Criminology* (pp. 155-169).
<http://dx.doi.org/10.4324/9780429026980-12>

- Opperhuizen, A. (2009). *Suikers en zoetstoffen kunnen de smaakaversie tegen alcohol bij jongeren onderdrukken en consumptie bevorderen* (Briefrapport 340400003/2010). RIVM. Geraadpleegd op 21 september 2023, van <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/340400003.pdf>
- Opperhuizen, A., Cremers, H., & Jansen, E. H. J. M. (2010). *Soorten en hoeveelheden zoetmakers in zoete zwak-alcoholische dranken* (Briefrapport 340400001/2010). RIVM. Geraadpleegd op 21 juli 2023, van <https://rivm.openrepository.com/bitstream/handle/10029/259254/340400001.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Pabayo, R., O'Loughlin, J., Barnett, T. A., Cohen, J. E., & Gauvin, L. (2012). Does intolerance of smoking at school or in restaurants or corner stores decrease cigarette use initiation in adolescents? *Nicotine & Tobacco Research, 14*(10), 1154-1160. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntr326>
- Pauwels, P. (2022, 9 oktober). *Vapen steeds populairder tijdens uitgaan: 'Het is gewoon in'*. Metro Nieuws. Geraadpleegd op 14 februari 2023, van <https://www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/binnenland/2022/10/vapen-steeds-populairder-tijdens-uitgaan/>
- Pauwels, C. G. G. M., Havermans, A., Klerx, W. N. M., Van Nierop, L., Hegger, I., & Talhout, R. (2022). *Tabaksaccessoires: Producten die tabak aantrekkelijk maken* (Rapport 2021-0091). RIVM. <https://doi.org/10.21945/RIVM-2021-0091>
- Pawson, R., & Tilley, N. (1997). *Realistic Evaluation*. SAGE Publications.
- Pennings, J. L. A., Havermans, A., Krüsemann, E. J. Z., Schenk, E., Visser, W. F., Bakker 't Hart, I. M. E., & Talhout, R. (2021). *Smaakbepalende additieven in vloeistoffen voor e-sigaretten: Een voorstel voor een limitatieve lijst* (Rapport 2021-0074). RIVM. <http://dx.doi.org/10.21945/RIVM-2021-0074>
- Purshouse, R., Brennan, A., Latimer, N., Meng, Y., Rafia, R., Jackson, R., Meier, P. (2009). *Modelling to assess the effectiveness and cost-effectiveness of public health related strategies and interventions to reduce alcohol attributable harm in England using the Sheffield Alcohol Policy Model version 2.0* [Report]. The NICE Public Health Programme Development Group and The University of Sheffield. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://www.nice.org.uk/guidance/ph24/evidence/economic-modelling-report-371533357>
- Rijke, I. (2015). Stoppen met (elektronisch) roken. *Tijdschrift voor praktijkondersteuning, 10*, 183. <https://doi.org/10.1007/s12503-015-0091-y>
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (z.d.). *Wat is een e-sigaret?* Geraadpleegd op 5 december 2022, van <https://www.rivm.nl/tabak/producten/wat-is-een-e-sigaret>
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2014, 25 maart). *E-sigaretten* [Factsheet]. Geraadpleegd op 25 juli 2023, van <https://www.rivm.nl/sites/default/files/2018-11/E-sigaret%20factsheet.pdf>

- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2018a, 3 mei). *E-sigaret aantrekkelijk voor rokers en niet-rokers*. Geraadpleegd op 25 mei 2023, van <https://www.rivm.nl/sites/default/files/2018-11/Informatiebrochure%20aantrekkelijkheid%20e-sigaretten%20definitief.pdf>
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2018b, 30 oktober). *Smaakstoffen in tabaks- en aanverwante producten*. Geraadpleegd op 24 mei 2023, van https://www.rivm.nl/sites/default/files/2018-11/20181022_Smaakstoffentabak_factsheet.pdf
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2020, 21 december). *Inventarisatie accessoires aantrekkelijkheid tabaksproducten*. Geraadpleegd op 28 september 2023, van https://www.rivm.nl/sites/default/files/2020-12/Inventarisatie%20accessoires%20aantrekkelijkheid%20tabaksproducten_2.pdf
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2021, 16 maart). *Zoete smaken maken e-sigaretten aantrekkelijk: Onderzoek naar het aanbod, de ingrediënten en gebruikersvoorkeuren van smaken in e-sigaretten*. Geraadpleegd op 20 juli 2023, van <https://www.rivm.nl/sites/default/files/2021-03/Factsheet%20zoete%20smaken%20e-liquids.pdf>
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2023, 13 april). *Op weg naar een rookvrije generatie: Opties om sigaretten minder aantrekkelijk en verslavend te maken*. Geraadpleegd op 26 september 2023, van https://www.rivm.nl/sites/default/files/2023-03/74698_RIVM_013920_FS_sigaret_TG_PDFA%20JR_NL.pdf
- Rijksoverheid. (z.d.-a). *Invoering Europese regels tegen illegale tabakshandel*. Geraadpleegd van 16 februari 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/roken/transparant-over-contact-tabaksindustrie/europese-regels-illegale-tabakshandel>
- Rijksoverheid. (z.d.-b). *Maatregelen overheid om roken te ontmoedigen*. Geraadpleegd op 19 juni 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/roken/roken-ontmoedigen>
- Rijksoverheid. (z.d.-c). *Regels voor de e-sigaret*. Geraadpleegd op 9 februari 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/roken/regels-e-sigaret>
- Rijksoverheid. (2020a, 23 juni). *Smaakjes van e-sigaretten worden verboden*. Geraadpleegd op 16 februari 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/06/23/smaakjes-van-e-sigaretten-worden-verboden>
- Rijksoverheid. (2020b, 30 juni). *Rookverbod geldt ook voor e-sigaretten per 1 juli 2020*. Geraadpleegd op 16 februari 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/06/30/rookverbod-geldt-ook-voor-e-sigaretten-per-1-juli-2020>
- Rijksoverheid. (2021, 27 mei). *Nota van toelichting ontwerpbesluit regulering smaken e-sigaretten*. Geraadpleegd op 26 maart 2023, van <https://open.overheid.nl/repository/ronl-fce929e9-6ad7-4296-9975-c1d4fe942ccd/1/pdf/concept-nota-van-toelichting.pdf>
- Rijksoverheid. (2022, 29 juni). *Nieuwe tabaksregels per 1 juli*. Geraadpleegd op 25 september 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2022/06/29/nieuwe-tabaksregels-per-1-juli>

- Rijkema, K. (2016). *Een kwalitatief onderzoek naar de betekenis van het Odensehuis voor personen met beginnende dementie en hun naasten* [Masterscriptie, Rijksuniversiteit Groningen]. Pure RUG. Geraadpleegd op 13 oktober 2023, van https://pure.rug.nl/ws/portalfiles/portal/33735259/Masterscriptie_Sociologie_Rijkema_K..pdf
- Rookvrije Generatie. (z.d.). *Wat wij doen*. Geraadpleegd op 11 april 2023, van <https://www.rookvrijegeneratie.nl/wat-wij-doen/>
- Roose, H., & Meuleman, B. (2021). *Kennis maken: Methodologie voor sociale wetenschappers*. Skribis.
- Rosshem, M. E., Livingston, M. D., Krall, J. R., Barnett, T. E., Thombs, D. L., McDonald, K. K., & Gimm, G. W. (2020). Cigarette Use Before and After the 2009 Flavored Cigarette Ban. *Journal of Adolescent Health, 67*(3), 432-437. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2020.06.022>
- Saffer, H., & Dave, D. (2002). Alcohol Consumption and Alcohol Advertising Bans. *Applied Economics, 34*(11), 1325-1334. <https://doi.org/10.1080/00036840110102743>
- Saffer, H., & Dave, D. (2006). Alcohol advertising and alcohol consumption by adolescents. *Health Economy, 15*(6), 617-637. <https://doi.org/10.1002/hec.1091>
- Sassi, F., & Belloni, A. (2014). Fiscal incentives, behavior change and health promotion: what place in the health-in-all-policies toolkit? *Health Promotion International, 29*(4), 103-112. <https://doi.org/10.1093/heapro/dau050>
- Schaap, J., Troelstra, S., Croes, E., & Willemsen, M. (2023, 3 oktober). *Elektronische sigaretten (vapes)* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 18 oktober 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2023/10/AF2113-Elektronische-sigaretten-vapes.pdf>
- Siegel, M., Albers, A. B., Cheng, D. M., Hamilton, W. L., & Biener, L. (2010). Local restaurant smoking regulations and the adolescent smoking initiation process. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine, 162*(5), 477-483. <https://doi.org/10.1001/archpedi.162.5.477>
- Sijtsema, J. J. (2010). *Adolescent Aggressive Behavior: Status and Stimulation Goals in Relation to the Peer Context* [Proefschrift, Rijksuniversiteit Groningen]. Psu.edu. Geraadpleegd op 22 juni 2023, van <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=4c6aa9e253618247c0b28de13ed136ea1d150e9b>
- Sims, M., Salway, R., Langley, T., Lewis, S., McNeill, A., Szatkowski, L., & Gillmore, A. B. (2014). Effectiveness of tobacco control television advertising in changing tobacco use in England: A population-based cross-sectional study. *Addiction, 109*(6), 986-994. <https://doi.org/10.1111/add.12501>
- Singh, S., Windle, S. B., Filion, K. B., Thombs, B. D., O'Loughlin, J. L., Grad, R., & Eisenberg, M. J. (2020). E-cigarettes and youth: Patterns of use, potential harms, and recommendations.

- Preventive Medicine*, 133(2020), 106009. <https://doi-org.proxy-ub.rug.nl/10.1016/j.ypmed.2020.106009>
- Smit, K., Monshouwer, K., Van Leeuwen, L., & Voogt, C. (2020). *Zien drinken doet drinken? De invloed van zichtbaarheid van alcohol in de sociale omgeving op kennis, opvattingen en gebruik van alcohol door jongeren* (Rapport AF1600). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-1f7b7558-4628-477d-8542-9508d913ab2c/pdf>
- Smits, L. (2020). *De Nederlandse APA-regels: Gebaseerd op de zevende editie (2019) van de officiële APA Publication Manual*. Scribbr. Geraadpleegd op 13 februari 2023, van <https://www.scribbr.nl/handleiding-apa-regels/>
- Spanopoulos, D., Britton, J., McNeill, A., Ratschen, E., & Szatkowski, L. (2014). Tobacco display and brand communication at the point of sale: Implications for adolescent smoking behaviour. *Tobacco Control*, 23(1), 64-69. <https://doi.org/10.1136%2Ftobaccocontrol-2012-050765>
- Springvloet, L., & Van Laar, M. (2017, oktober). *Roken onder volwassenen: Kerncijfers 2016* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://www.trimbos.nl/docs/a264fcf9-a3e5-44c2-9ba6-e73cebd5d2ae.pdf>
- Springvloet, L., Bommelé, J., Willemsen, M., Van Laar, M. (2018, oktober). *Kerncijfers roken 2017* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/sites/31/2021/09/af1635-kerncijfers-roken-2017.pdf>
- Staal, Y. C. M., Zijtveld, D., Huiberts, E. H. W., Bos, P. M. J., & Talhout, R. (2022). *Gezondheidseffecten van de 23 smaakstoffen voor e-sigaretten* (Briefrapport 2022-0050). RIVM. <http://dx.doi.org/10.21945/RIVM-2022-0050>
- TabakNee. (2019, 5 februari). *Nieuw onderzoek: e-sigaret riskant consumentenproduct*. Geraadpleegd op 6 oktober 2023, van <https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/1590-nieuw-onderzoek-e-sigaret-riskant-consumentenproduct>
- TabakNee. (2022a, 23 mei). *Deense regering streeft naar 100% nicotinevrije generatie 2010+*. Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van <https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/2571-deense-regering-streeft-naar-100-nicotinevrije-generatie-2010>
- TabakNee. (2022b, 27 juni). *Esigbond veroorzaakt uitstel smaakjesverbod e-sigaretten*. Geraadpleegd op 26 oktober 2023, van <https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/2591-esigbond-veroorzaakt-uitstel-smaakjesverbod-e-sigaretten>
- TabakNee. (2023a, 21 maart). *Artsen zetten vape-influencers voor het blok*. Geraadpleegd op 26 maart 2023, van <https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/2749-artsen-zetten-vape-influencers-voor-het-blok>

- TabakNee. (2023b, 12 april). *Levendige illegale handel in e-sigaretten via Snapchat*. Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van <https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/2760-levendige-illegale-handel-in-e-sigaretten-via-snapchat>
- TabakNee. (2023c, 18 oktober). *Mogelijk in 2025 verbruiksbelasting op e-sigaret*. Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van <https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/2874-mogelijk-in-2025-verbruiksbelasting-op-e-sigaret>
- Tabaks- en rookwarenwet. (2022). Geraadpleegd op 11 april 2023, van <https://wetten.overheid.nl/BWBR0004302/2022-08-01>
- Talhout, R., Richter, P. A., Stepanov, I., Watson, C. V., & Watson, C. H. (2018). Cigarette Design Features: Effects on Emission Levels, User Perception, and Behavior. *Tobacco Regulatory Science*, 4(1), 592-604. <https://doi.org/10.18001%2FTRS.4.1.6>
- Talhout, R., Sleijffers, A., Van Amsterdam, J. G. C., & Opperhuizen, A. (2009). *Wat rookt de Nederlandse jeugd en waarom?* (Rapport 340600004/2009). RIVM. Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/340600004.pdf>
- Telegraaf. (2023, 7 april). *E-sigarettenbranche stapt naar rechter om smaakjesverbod aan te vechten*. Geraadpleegd op 6 oktober 2023, van <https://www.telegraaf.nl/financieel/527615219/e-sigarettenbranche-stapt-naar-rechter-om-smaakjesverbod-aan-te-vechten>
- Trimbos-instituut. (z.d.-a). *Beleid om (maatschappelijke) schade door alcohol te voorkomen*. Geraadpleegd op 22 september 2023, van <https://www.trimbos.nl/aanbod/alcoholschade-en-beleidsmaatregelen/#overzichtbeleideninterventie>
- Trimbos-instituut. (z.d.-b). *Cijfers middelengebruik scholieren*. Geraadpleegd op 13 februari 2023, van <https://www.trimbos.nl/kennis/cijfers/alcohol-drugs-roken-scholieren/#e-sigaret>
- Trimbos-instituut. (z.d.-c). *Cijfers roken*. Geraadpleegd op 22 september 2023, van <https://www.trimbos.nl/kennis/cijfers/roken/>
- Trimbos-instituut. (2017). *Richtlijn behandeling van tabaksverslaving en stoppen met roken ondersteuning: Herziening 2016* (Rapport AF1580). Geraadpleegd op 27 oktober 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/sites/31/2021/09/af1580-richtlijn-behandeling-van-tabaksverslaving-en-stoppen-met-roken-ondersteuning.pdf>
- Troelstra, S., Croes, E., Bommelé, J., & Willemsen, M. (2020, 30 april). *Elektronische sigaretten (e-sigaretten)* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 13 februari 2023, van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/sites/31/2021/09/af1765-factsheet-elektronische-sigaretten.pdf>
- Troelstra, S., Feenstra, D., & Willemsen, M. (2020, juni). *Massamediacampagnes om roken terug te dringen* [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van <https://www.trimbos.nl/docs/b1c03110-fcb5-490e-be38-dc1f4b667f6e.pdf>

- Truijens, S. E. M. (2010). *Risicovol gedrag tijdens de adolescentie: De rol van executieve functies* [Bachelorscriptie, Universiteit van Tilburg]. UvT. Geraadpleegd op 11 april 2023, van <https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=114178>
- Van Amerongen, G., Hessels, M., Geerlings, M., Schröer, E., Baggen, R., & Wolters, T. (2021). *Landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcohol- en tabaksverkoop in 2020*. Rijksoverheid. Geraadpleegd op 29 september 2023, van <https://open.overheid.nl/repository/ronl-8ce28e8d-c3fa-4ab2-8bd5-cadf7be8e040/1/pdf/landelijk-onderzoek-naar-de-naleving-van-de-leeftijdsgrens-bij-alcohol-en-tabaksverkoop-in-2020.pdf>
- Van der Laan, A. M., Blom, M., Verwers, C., & Essers, A. A. M. (2006). *Jeugddelinquentie: risico's en bescherming* [Rapport]. Repository WODC. Geraadpleegd op 12 april 2023, van <https://repository.wodc.nl/handle/20.500.12832/1191>
- Van der Meide, H. (2014). Data-analyse volgens de fenomenologische reflectieve leefwereldbenadering. *KWALON*, 19(3), 68-73. <https://doi.org/10.5117/2014.019.003.068>
- Van der Wilk, E. A., Melse, J. M., Den Broeder, J. M., & Achterberg, P. W. (2007). *Leren van de burenen: Beleid publieke gezondheid internationaal bezien: roken, alcohol, overgewicht, depressie, gezondheidsachterstanden, jeugd, screening* (270051010). RIVM. Geraadpleegd op 22 september 2023, van <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/270051010.pdf>
- Van Geffen, C., & Gumbs, T. (2005). *Relatie tussen persoonlijkheidseigenschappen en risicogedrag: Bij Antilliaanse jongeren op Curaçao* [Scriptie, Universiteit van Tilburg]. Geraadpleegd op 6 juni 2023, van https://faj.cw/files/filebase/onderzoeksrapporten_faj/Relatie-tussen-persoonlijkheidseigenschappen-en-risicogedrag-bij-Antilliaanse-jongeren-op-Curacao.pdf
- Van Giessen, A., Boer, J., Van Gestel, I., Pees, S., Douma, E., Kuijpers, T., Du Pon, E., Nawijn, E., & Koopman, N. (2021, 6 juli). *Voortgangsrapportage Nationaal Preventieakkoord 2020* (Rapport 2021-0098). RIVM. <http://dx.doi.org/10.21945/RIVM-2021-0098>
- Van Hasselt, N., Van Laar, M., Onrust, S., & Verdurmen, J. (2010). *Preventie van schadelijk alcoholgebruik en drugsgebruik onder jongeren*. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 20 september 2023, van <https://www.stap.nl/content/bestanden/preventie-van-schadelijk-alcoholgebruik-en-drugsgebruik-onder-jongeren.pdf>
- Van Hoesel, P. (2017). *Beleidsevaluatie als ritueel*. Beleidsonderzoek Online. doi: 10.5553/BO/221335502017000001001
- Veerbeek, N. (2023, 20 januari). *Is drinken te veel genormaliseerd in Nederland? 'Ken jongeren die een krat per avond achterover slaan'*. Metro Nieuws. Geraadpleegd op 29 september 2023, van <https://www.metronieuws.nl/televisie/2023/01/drinken-nederland-op1/>
- Villanti, A. C., Richardson, A., Vallone, D. M., & Rath, J. M. (2013). Flavored Tobacco Product Use Among U.S. Young Adults. *American Journal of Preventive Medicine*, 44(4), 388-391. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2012.11.031>

- Visser, K., Lambooy, M., Suijkerbuijk, A., Van Gils, P., & De Wit, A. (2021). *Prijsgevoeligheid van rokers: Gedragseffecten van accijnsverhoging: stoppen, minderen, goedkoper product roken of kopen over de grens?* (Briefrapport 2021-0013). RIVM. doi: 10.21945/RIVM-2021-0013
- Visser, W. F., Geraets, L., Klerx, W., Hernandez, L., Croes, E., Schwillens, P., Cremers, H., Bos, P., & Talhout, R. (2015). *De gezondheidsrisico's van het gebruik van e-sigaretten* (Rapport 2014-0143). Geraadpleegd op 26 juli 2023, van <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/2014-0143.pdf>
- Wagenaar, A. C., Salois, M. J., & Komro, K. A. (2009). Effects of beverage alcohol price and tax levels on drinking: A meta-analysis of 1003 estimates from 112 studies. *Addiction*, 104(2), 179-190. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2008.02438.x>
- Wagenaar, A. C., Tobler, A. L., & Komro, K. A. (2010). Effects of Alcohol Tax and Price Policies on Morbidity and Mortality: A Systematic Review. *American Journal Public Health*, 100(11), 2270-2278. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.186007>
- Wiekens, C. (2012). *Beïnvloeden en veranderen van gedrag* (7^e dr.). Pearson Benelux.
- Wiers, R. W. (2006). *Het ontstaan van verslavingsgedrag bij jongeren: Een noodlottige zelfoverschatting van het bewustzijn* [Inaugurele rede, Radboud Universiteit Nijmegen]. Repository UBN RU. Geraadpleegd op 21 juli 2023, van <https://hdl.handle.net/2066/55109>
- Wikström, P.-O. H., & Treiber, K. (2007). The Role of Self-Control in Crime Causation. *European Journal of Criminology*, 4(2), 237-264. <https://doi.org/10.1177/1477370807074858>
- Willemsen, M. C. (2017). Het Nederlandse tabaksontmoedigingsbeleid: Mijlpalen in het verleden en een blik op de toekomst. *Nederlands Tijdschrift voor Geneeskunde*, 161, D949. Geraadpleegd op 27 september 2023, van <https://www.ntvg.nl/artikelen/het-nederlandse-tabaksontmoedigingsbeleid>
- Willemsen, M. C., Croes, E. A., Kotz, D., & Van Schayck, O. C. P. (2015, 21 augustus). De elektronische sigaret: Gebruik, gezondheidsrisico's, en effectiviteit als stopmethode. *Nederlands Tijdschrift voor Geneeskunde*, 159, Artikel 9259. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://www.ntvg.nl/system/files/publications/a9259.pdf>
- Winkel, F. W. (1983). Voorlichting en schade: Het gevaar van averechtse campagne-effecten. *Sociologische gids*, 30(2), 114-130. Geraadpleegd op 29 september 2023, van <https://ugp.rug.nl/sogi/article/view/20443/17915>
- ZETES. (z.d.). *Informatie over de Tabaksrichtlijn (TPD): bestrijding van nagemaakte en illegale tabaksproducten*. Geraadpleegd op 16 februari 2023, van <http://www.zetes.com/nl/end-to-end-oplossingen/serialisatie-andere-sectoren/informatie-over-de-tabaksrichtlijn-tpd-bestrijding-van-nagemaakte-en-illegale-tabaksproducten>
- Zimbardo, P. G., Johnson, R. L., & McCann, V. (2017). *Psychologie: Een inleiding* (8^e ed.). Pearson Benelux.

Bijlagen

Bijlage 1: Informatie en toestemmingsformulier

INFORMATIE EN TOESTEMMING • Scriptieonderzoek beleid e-sigaretten

1. Wie ben ik?

- Ik ben Miriam Waterman. Momenteel ben ik bezig met de master Sociologie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Mijn afstudeertraject leg ik af bij onderzoeks- en adviesbureau Breuer&Intraval (www.breuerintraval.nl). Dit onderzoek voer ik uit voor mijn masterscriptie.

2. Doel van het scriptieonderzoek

- Het scriptieonderzoek richt zich op het beleid omtrent e-sigaretten in Nederland. Onlangs is er een verbod ingegaan op smaakjes om het gebruik van e-sigaretten minder populair te maken bij de jongeren in Nederland. Deze maatregel wordt genomen naar aanleiding van de doelstelling om in 2040 een rookvrije generatie te realiseren, wat beschreven staat in het Nationaal Preventieakkoord. Door de schadelijkheid van de e-sigaret en het gebruik onder jongeren is er behoefte aan extra maatregelen, zoals dus het verbod op aantrekkelijke smaakjes.
- Om een goed beeld te krijgen van de mogelijke effectiviteit van het huidige beleid omtrent e-sigaretten zal ik kijken naar het doel van het beleid en de onderbouwing van het beleid. Hiervoor zal ik interviews houden met verschillende betrokkenen bij de totstandkoming van het beleid omtrent e-sigaretten. Naast deze interviews wordt er een literatuurstudie gedaan naar het gebruik van e-sigaretten door jongeren. Ook wordt er een documentenanalyse gedaan over het beleid in het buitenland en het beleid in Nederland voor e-sigaretten.

3. Welke gegevens worden verzameld en waarom?

- Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, wordt informatie verzameld over de totstandkoming van het beleid, het doel van het beleid en de onderbouwing van het beleid. Op deze manier hoop ik erachter te komen welke mechanismen ten grondslag liggen aan het beleid omtrent e-sigaretten.
- De thema's die ter sprake komen, zijn onder andere:
 - Uw achtergrond en betrokkenheid
 - Het doel van het beleid
 - De elementen in het beleid en de onderbouwing daarvan
 - De opvatting over de aanpak, de maatregelen en de effectiviteit
- De interviews zullen online worden afgenomen. Als u daar toestemming voor geeft, wordt het gesprek opgenomen. Deze opname wordt uitsluitend gebruikt om het interview uit te werken. Na afronding van dit scriptieonderzoek wordt de opname vernietigd. Deelname aan een interview duurt maximaal een uur.
- Contactgegevens zullen uitsluitend worden verzameld voor de dataverzameling van dit scriptieonderzoek en om (indien nodig) contact met u op te nemen als ik nog vragen heb over de door u gegeven antwoorden of als ik nog aanvullende vragen heb. Uw persoonlijke gegevens worden dus niet gebruikt in het rapport.

4. Hoe worden de gegevens verwerkt?

- Alle gegevens worden anoniem verwerkt. Uw gegevens worden vertrouwelijk behandeld. De scriptie wordt zo opgesteld dat uitspraken en meningen niet herleidbaar

zijn naar een persoon. Bij citaten worden geen persoonsgegevens vermeld. Er wordt op geen enkele wijze vertrouwelijke informatie of persoonsgegevens van of over u naar buiten gebracht.

- De uitgewerkte opname, formulieren en andere documenten, die in het kader van dit scriptieonderzoek worden verzameld, zullen niet langer worden bewaard dan nodig. De opname zal in ieder geval na afronding van dit scriptieonderzoek worden verwijderd.

5. Uw rechten

- U heeft als deelnemer aan dit scriptieonderzoek en het interview ten allen tijde het recht om uw gegevens in te zien, te wijzigen en te laten verwijderen.
- Deelname aan dit scriptieonderzoek en het interview is geheel vrijwillig. Mocht u tijdens het interview bepaalde vragen niet willen beantwoorden, bent u hiertoe niet verplicht en hoeft u hiervoor geen reden op te geven.

6. Wie kunt u bereiken over uw privacy voor dit scriptieonderzoek?

- Mocht u na het lezen van deze informatiebrief of in de toekomst vragen hebben over dit scriptieonderzoek, dan kunt u contact opnemen met Miriam Waterman via m.j.waterman@student.rug.nl of via 06-39797895.

7. Waar geeft u toestemming voor?

Betreft: deelname scriptieonderzoek beleid e-sigaretten

- Door het onderstaande in te vullen en uw handtekening te zetten, geeft u toestemming voor het volgende:
 - Ik heb het formulier gelezen en begrepen. Ik kon vragen stellen en mijn vragen waren voldoende beantwoord. Ik ga akkoord met deelname aan dit scriptieonderzoek.
 - Ik geef de student toestemming om tijdens het interview een opname te maken.
 - Ik weet dat deelname aan dit scriptieonderzoek vrijwillig is en dat ik het recht heb om vragen niet te beantwoorden. Ook weet ik dat ik op ieder moment mijn deelname aan het interview, zonder opgave van redenen, kan stoppen.
 - Ik geef toestemming voor het verzamelen, het tijdelijk bewaren en het gebruiken van mijn gegevens voor het doel van dit scriptieonderzoek. Ik vind het goed dat resultaten uit dit scriptieonderzoek schriftelijk en mondeling zullen worden gepresenteerd en ik weet dat mijn gegevens vertrouwelijk behandeld worden.
 - De student mag mijn contactgegevens tijdelijk koppelen aan de door mij ingevulde antwoorden voor dit scriptieonderzoek beleid e-sigaretten. Mijn contactgegevens worden niet gebruikt in de scriptie.
 - De student mag mijn gegevens gebruiken om contact met mij op te nemen als zij nog vragen heeft over de door mij gegeven antwoorden of als zij nog aanvullende vragen heeft.
 - Ik geef toestemming dat alle informatie uit dit scriptieonderzoek wordt bewaard zolang dit scriptieonderzoek duurt.

Ik, de deelnemer, heb kennisgenomen van het bovenstaande en geef Miriam Waterman toestemming voor de onder punt 7 benoemde zaken.

Naam deelnemer:

Naam organisatie:

Datum: ____ / ____ / _____

Handtekening:

De student: ik verklaar dat ik deze deelnemer volledig heb geïnformeerd over het genoemde scriptieonderzoek. Als er tijdens dit scriptieonderzoek informatie bekend wordt, die de toestemming van de deelnemer zou kunnen beïnvloeden, dan breng ik hem/haar daarvan tijdig op de hoogte.

Naam student:

Miriam Waterman

Naam organisatie:

Rijksuniversiteit Groningen

Datum: ____ / ____ / _____

Handtekening:

Bijlage 2: Interviewschema

Onderzoek effectiviteit beleid in het terugdringen van het gebruik van e-sigaretten door jongeren

Topiclijst betrokkenen bij beleid omtrent e-sigaretten

April 2023

Inleiding

Voor mijn master Sociologie aan de Rijksuniversiteit Groningen ben ik bezig met dit scriptieonderzoek naar het beleid omtrent e-sigaretten in Nederland en het terugdringen van het gebruik van e-sigaretten door jongeren. Door middel van deze interviews wil ik een goed beeld krijgen van het doel van het beleid en waar het beleid op is gebaseerd. Zo wil ik inzicht krijgen in hoe het beleid tot stand is gekomen en welke werkzame mechanismen (interventies/oplossingen voor het beleidsprobleem) ten grondslag liggen aan het beleid.

Vragen toestemming voor het opnemen van het interview → Bij vragen hierover: Het is voor het uitwerking van het interview en voor de focus tijdens het interview. De opname wordt verwijderd na afronding van dit scriptieonderzoek.

** Start opname interview **

Heeft u nog vragen voordat we beginnen met het interview?

Achtergrond en betrokkenheid (korte beschrijving)

- Wat is uw achtergrond?
- Wat is uw huidige functie?
- Wat doet de organisatie waar u werkzaam bent?
- Op welke wijze bent u betrokken (geweest) in het formuleren van het beleid omtrent e-sigaretten of in hoeverre bent u bekend met de totstandkoming ervan?

Het doel van het beleid

- Wat is het beleidsprobleem (waar het beleid een oplossing voor probeert te bieden)?
 - Wat is het precieze probleem?
 - Wat is kenmerkend aan het probleem?
 - Hoe groot is het probleem?
 - Voor wie is het probleem?
- Hoe wordt het beleidsprobleem aangepakt?
 - Welke maatregelen/interventies?
- Wat is het doel van deze aanpak?
 - Wat zijn de gevolgen?
 - Wat is het doel?
- Wat zijn huidige ontwikkelingen van het beleid?
 - Hoe ziet het huidige beleid er uit?
 - Wat is nieuw in het huidige beleid?

De onderbouwing van het beleid

- Op welke werkzame mechanismen haakt het beleid in? Op welke manier zou de gekozen aanpak/het gekozen beleid moeten bijdragen aan het behalen van de beoogde doelen? Door welke activiteiten/elementen zouden de beoogde doelen behaald moeten worden? Welke elementen zijn essentieel?
- Voorbeelden van mechanismen (Voortgangsrapportage Nationaal Preventieakkoord, 2021):
 - Leeftijd
 - Rookverbod
 - Uit het zicht halen
 - Verkoopplekken minderen
 - Eisen aan productie, verpakking en ingrediënten
 - Smaakjes verbieden
- Waarom wordt deze manier gebruikt om het beleidsprobleem aan te pakken? Waar is het beleid op gebaseerd?
 - Welke onderzoeken zijn hiervoor gebruikt?
 - Welke theorieën zijn hiervoor gebruikt?
 - Welke andere kennis of middelen zijn hiervoor gebruikt?

Eerder soortgelijk beleid en beleid in andere landen

- In hoeverre is er gekeken naar het voorgaande beleid met betrekking tot het verbieden van smaakjes, inclusief menthol, bij gewone sigaretten? (Rijksoverheid, 2021)
- In hoeverre is er gekeken naar wat andere landen doen met betrekking tot het beleid omtrent e-sigaretten?

Eigen beleving van de mechanismen

- In hoeverre denkt u dat het beleid inspeelt op het minderen van het gebruik door jongeren?
 - In hoeverre denkt u dat het een effectieve aanpak is voor het minderen van het gebruik door jongeren?
- Wat voor obstakels ziet u die (of die kunnen komen) als het gaat om het verminderen van het gebruik door jongeren?
- Waarom geen volledig verbod op de e-sigaretten om het gebruik te verminderen?
- Waarom geen andere maatregelen, zoals accijnzen, vormvereisten, intensieve campagnes of effectieve en toegankelijke stopmethodes? (Nationaal Preventieakkoord, 2018)
- In hoeverre moet er worden gekeken naar het online aanbod van e-sigaretten en het aanbod over de Nederlandse grens?

Afronding

- Ik ben aan het einde gekomen van al mijn vragen.
- Heeft u zelf nog aanvullingen of zijn er punten die u heeft gemist?
- Heeft u nog vragen?
- Kent u nog collega's of anderen die mij te woord zouden kunnen staan?
- Heeft u nog relevante beleidsstukken of artikelen voor mij?
- Hartelijk dank voor uw deelname en uw bijdrage!

** Stop opname interview **

Bijlage 3: Overzicht literatuurstudie beleid omtrent alcohol en roken

Om de mechanismen die ten grondslag liggen aan het beleid omtrent e-sigaretten te beoordelen en om te voorspellen in hoeverre het beleid het e-sigarettengebruik onder jongeren kan verminderen, is er gekeken naar de mechanismen in het beleid omtrent alcohol en roken. Enkele artikelen die zijn gevonden in de documentenanalyse en in de literatuurstudie gaan over meerdere vormen van risicogedrag (roken, alcoholgebruik en/of e-sigarettengebruik) of over risicogedrag in het algemeen. Deze artikelen zijn te vinden in Tabel 2. Vervolgens wordt de literatuur over het beleid omtrent alcohol en omtrent roken besproken. De artikelen die gebruikt zijn in de literatuurstudie omtrent alcoholgebruik is te vinden in Tabel 3 en de artikelen die gebruikt zijn in de literatuurstudie omtrent sigarettengebruik is te vinden in Tabel 4.

Tabel 2: Overzicht beleidsstukken literatuur over (meerdere vormen van) risicogedrag

Bron	Land	Onderwerp	Doelgroep
Feldman, R. S. (2016). <i>Ontwikkelingspsychologie</i> (7 ^e ed.). Pearson Benelux.	Benelux	Preventie en mechanismen	Algemeen en jongeren
Kruize, A., & Pieper, R. (2021, maart). <i>Monitor Kopen tabak door jongeren: Meting 2020</i> . Breuer&Intraval. Geraadpleegd op 28 maart 2023, van https://www.breuerintraval.nl/wp-content/uploads/2021/04/Monitor-kopen-tabak-jongeren-meting-2020.pdf	Nederland	Leeftijdsgrens	Jongeren
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2018, 23 november). <i>Nationaal Preventieakkoord</i> . Open Overheid. Geraadpleegd op 26 maart 2023, van https://open.overheid.nl/documenten/ronl-1f7b7558-4628-477d-8542-9508d913ab2c/pdf	Nederland	Roken en alcohol	Algemeen en jongeren
Morrison, V., & Bennett, P. (2015). <i>Gezondheidspsychologie</i> (2 ^e ed.). Pearson Benelux.	Benelux	Preventie en mechanismen	Algemeen en jongeren
Onrust, S. A., Otten, R., Lammers, J., & Smit, F. (2016). School-based programmes to reduce and prevent substance use in different age groups: What works for whom? Systematic review and meta-regression analysis. <i>Clinical Psychology Review</i> , 44, 45-59. https://doi.org/10.1016/j.cpr.2015.11.002	Nederland	Preventie	Jongeren (tot late adolescentie)
Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2018, 30 oktober). <i>Smaakstoffen in tabaks- en aanverwante producten</i> . Geraadpleegd op 24 mei 2023, van https://www.rivm.nl/sites/default/files/2018-11/20181022_Smaakstoffentabak_factsheet.pdf	Nederland	Smaken	Algemeen en jongeren
Sassi, F., & Belloni, A. (2014). Fiscal incentives, behavior change and health promotion: what place in the health-in-all-policies toolkit? <i>Health Promotion International</i> , 29(4), 103-112. https://doi.org/10.1093/heapro/dau050	Engeland	Prijzen	Algemeen
Van Amerongen, G., Hessels, M., Geerlings, M., Schröer, E., Baggen, R., & Wolters, T. (2021). <i>Landelijk onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrens bij alcohol- en tabaksverkoop in 2020</i> . Rijksoverheid. Geraadpleegd op 29 september 2023, van https://open.overheid.nl/repository/ronl-8ce28e8d-c3fa-4ab2-8bd5-cadf7be8e040/1/pdf/landelijk-onderzoek-naar-de-naleving-van-de-leeftijdsgrens-bij-alcohol-en-tabaksverkoop-in-2020.pdf	Nederland	Leeftijdsgrens	Jongeren

<p>Van der Wilk, E. A., Melse, J. M., Den Broeder, J. M., & Achterberg, P. W. (2007). <i>Leren van de burens: Beleid publieke gezondheid internationaal bezien: roken, alcohol, overgewicht, depressie, gezondheidsachterstanden, jeugd, screening</i> (270051010). RIVM. Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/270051010.pdf</p>	Nederland en internationaal	Roken en alcohol	Algemeen en jongeren
<p>Van Giessen, A., Boer, J., Van Gestel, I., Pees, S., Douma, E., Kuijpers, T., Du Pon, E., Nawijn, E., & Koopman, N. (2021, 6 juli). <i>Voortgangsrapportage Nationaal Preventieakkoord 2020</i> (Rapport 2021-0098). RIVM. http://dx.doi.org/10.21945/RIVM-2021-0098</p>	Nederland	Roken en alcohol	Algemeen en jongeren
<p>Van Hasselt, N., Van Laar, M., Onrust, S., & Verdurmen, J. (2010). <i>Preventie van schadelijk alcoholgebruik en drugsgebruik onder jongeren</i>. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 20 september 2023, van https://www.stap.nl/content/bestanden/preventie-van-schadelijk-alcoholgebruik-en-drugsgebruik-onder-jongeren.pdf</p>	Nederland	Preventie	Jongeren
<p>Wiers, R. W. (2006). <i>Het ontstaan van verslavingsgedrag bij jongeren: Een noodlottige zelfoverschatting van het bewustzijn</i> [Inaugurele rede, Radboud Universiteit Nijmegen]. Repository UBN RU. Geraadpleegd op 21 juli 2023, van https://hdl.handle.net/2066/55109</p>	Nederland	Mechanismen	Jongeren
<p>Winkel, F. W. (1983). Voorlichting en schade: Het gevaar van averechtse campagne-effecten. <i>Sociologische gids</i>, 30(2), 114-130. Geraadpleegd op 29 september 2023, van https://ugp.rug.nl/sogi/article/view/20443/17915</p>	Nederland	Voorlichting en campagnes	Algemeen

Alcoholgebruik

Het drinken van alcohol is redelijk genormaliseerd in de Nederlandse samenleving (Veerbeek, 2023). Het gebruik van alcohol komt ook onder de Nederlandse jongeren redelijk veel voor. Zo heeft in 2022 71,4% van de jongeren van 16 tot 20 jaar in de afgelopen 12 maanden gedronken. Onder de jongeren die drinken komt bij 23,7% zwaar drankgebruik voor (Nederlands Jeugdinstituut [NJI], 2023a). Jongeren drinken op verschillende locaties ook verschillende drankjes. Zo drinken jongeren thuis voornamelijk bier, aperitieven, premixen en shooters. Buitenshuis drinken de jongeren voornamelijk bier, wijn, aperitieven, likeur, buitenlandse sterke drank en shooters (Kisjes, 2009). De afgelopen jaren heeft het gebruik van Breezers, een alcoholisch drankje bestaande uit een mix van rum en frisdrank met doorgaans 4-5% alcohol, een toename laten zien. De alcoholindustrie promoot drankjes zoals shooters, rosébier en Breezers, gericht op jongeren en vrouwen (Kisjes, 2009).

De hoge alcoholconsumptie onder jongeren wordt deels toegeschreven aan veranderingen in het aanbod van alcoholhoudende producten (Opperhuizen et al., 2010). Rond het jaar 2000 is er een toename te zien in het aantal alcoholhoudende producten met een laag percentage aan alcohol. Onder deze zwak-alcoholische dranken behoren bijvoorbeeld premixdrankjes (“Breezers”), rosébier, zoete wijnen en ciders. De meeste van deze zwak-alcoholische dranken zijn gezoet met suiker of andere zoetstoffen, wat ze erg populair maakt onder jongeren (Opperhuizen et al., 2010). Verder werken deze zoete zwak-alcoholische drankjes drempelverlagend bij jongeren. Naarmate het makkelijker en gewoner is om vroeg te beginnen met alcohol drinken, zal het ook meer gebeuren (Wiers, 2006; Opperhuizen, 2009). Daarnaast wordt er gebruikgemaakt van herkenbare smaken van softdrinks, zoals cola (Opperhuizen, 2009). De geur en smaak van alcohol zijn voor de meeste jongeren niet aantrekkelijk. De zoete smaak kan dit overheersen en zorgt ervoor dat de smaakaversie tegen alcohol bij jongeren verzwakt. Dit maakt de drankjes aantrekkelijker voor jongeren (Opperhuizen, 2009; Opperhuizen et al., 2010). Daarnaast zijn deze drankjes vaak relatief goedkoop vergeleken met andere zoete alcoholhoudende dranken en zijn ze gemakkelijk in kleine hoeveelheden te verkrijgen. Bovendien besteedt de alcoholindustrie veel aandacht aan de marketing van deze zoete zwak-alcoholische dranken, waarbij ze proberen goed aan te sluiten op de jongeren. Ook lijken de zoete zwak-alcoholische dranken als ‘cool’ en ‘modern’ gezien te worden, waardoor deze dranken bijdragen aan het normaliseren van alcoholgebruik onder jongeren. Het niet drinken van alcoholhoudende dranken wordt steeds meer als saai beschouwd. De consumptie van alcohol in een vertrouwde sociale omgeving zorgt voor sociale cues voor de consumptie van alcohol (Opperhuizen, 2009; Opperhuizen et al., 2010). De zoete zwak-alcoholische dranken worden dan ook geassocieerd met een verhoogde totale consumptie van alcohol (Opperhuizen, 2009).

Naast de drankjes zelf, zijn er ook nog andere redenen waarom jongeren drinken. De beslissing om te gaan drinken is vaak gebaseerd op iemands overtuigingen over de effecten van alcohol op de fysieke en mentale gezondheid. Jongeren drinken vaak “om positieve gevoelens te benadrukken, om negatieve emoties te onderdrukken, om sociaal te zijn en om sociale afwijzingen te

voorkomen” (Harreveld et al., 2019, p. 13). De sociale omgeving heeft dus veel invloed op het alcoholgebruik onder jongeren. Zo speelt het gezin een belangrijke rol. Het kan zowel een positieve als een negatieve factor zijn in het alcoholgebruik door jongeren. Ook vrienden en leeftijdsgenoten spelen een belangrijke rol. Wederom kan het zowel een risicofactor als een beschermende factor zijn. Naast de sociale omgeving spelen het aanbod en de beschikbaarheid van alcohol en jongeren een grote rol. Dit gaat onder andere over de leeftijdsgrens (Burton et al., 2017), de prijs van alcohol, het aantal verkooppunten en de openingstijden van de horeca.

Op het gebied van preventie lijken er per leeftijdscategorie verschillende effectieve mogelijkheden te zijn (Harreveld et al., 2019). In de vroege adolescentie is het van belang om zelfcontrole en probleemoplossende vaardigheden aan te leren. Daarnaast is de aandacht voor gezonde alternatieven van belang. Verder zijn ouders van belang voor betrokkenheid en correctie. In het midden van de adolescentie is het richten van interventies op ouders en de omgeving van belang. Ook is het van belang om in deze leeftijdscategorie de preventieve interventies te richten op risicogroepen, zoals jongeren uit een lage sociaal-economische status of jongeren met gedragsproblemen. In de late adolescentie zijn wederom de zelfcontrole en probleemoplossende vaardigheden van belang. Ook zijn voorlichtingsprogramma's van belang. Daarnaast is het van belang om de focus te leggen op groepsdruk en andere sociale invloeden. Bij jongvolwassenen is een persoonlijke aanpak van belang, zoals motiverende gespreksvoering en feedback (Lemmers et al., 2016; Onrust et al., 2016; Harreveld et al., 2019).

In Nederland wordt beleid gevoerd omtrent alcohol. Het doel van het beleid is het matigen van alcoholgebruik (De Wit et al., 2016). Hiervoor worden verschillende maatregelen getroffen. Zo is de leeftijdsgrens voor de aankoop en consumptie van alcohol opgeschroefd van 16 naar 18 jaar. Dit is een van de meest effectieve maatregelen tegen alcoholgebruik onder jongeren (Babor et al., 2023; Trimbos-instituut, z.d.-a). Maatregelen van het alcoholbeleid zijn vastgelegd in de Drank- en Horecawet, zoals de accijns, het aantal verkooppunten, het beperken van alcoholreclame en -sponsoring en campagnes. Daarnaast zijn juridische maatregelen vastgelegd die gericht zijn op het matigen van alcoholgebruik, zoals de strafbaarheid van openbaar dronkenschap en rijden onder invloed van alcohol (De Wit et al., 2016). Dit soort juridische maatregelen en het vergroten van de handhaving zijn effectief in het verminderen van het alcoholgebruik onder jongeren, bijvoorbeeld het uitvoeren van blaastesten in het verkeer en handhaving van regelgeving bij verkooppunten (Babor et al., 2023). Strenge handhaving is dan ook een voorwaarde voor effectiviteit van de wet en het beleid (Van Hasselt et al., 2010), voornamelijk voor jongeren (Trimbos-instituut, z.d.-a). Zo blijkt in 2020 38% van de verkooppunten de leeftijdsgrens bij de verkoop van alcohol na te leven (Van Amerongen et al., 2021).

Als het gaat om het verhogen van de accijns, is er voldoende bewijs dat het verhogen van de prijs invloed heeft op de consumptie van alcohol (De Wit et al., 2016; Sassi & Belloni, 2014; Wagenaar et al., 2009; Wagenaar et al., 2010). Dit geldt ook voor het verminderen van het

alcoholgebruik onder jongeren (Babor et al., 2023). Het genot dat mensen halen uit de consumptie van alcohol wordt veelal afgewogen met de prijs die mensen moeten betalen voor het consumeren van alcohol. “Hoe hoger de prijs van alcohol, hoe minder consumenten bereid zullen zijn te betalen bovenop wat ze al betalen” (De Wit et al., 2016, p. 58). De prijs omvat hierbij zowel de kosten op de korte als lange termijn, zoals de prijs in een café en de lagere productiekosten. Het risico hierbij is dat mensen niet alle kosten kunnen kennen of voorspellen. Het verhogen van de accijns op alcohol met 50% zorgt ervoor dat de consumptie van alcohol gemiddeld met 6,1% afneemt over de periode van 50 jaar (De Wit et al., 2016).

Bij de beperkingen op de verkoop van alcohol is er iets minder bewijs dat dit invloed heeft op de consumptie van alcohol (De Wit et al., 2016). Een onderzoek van Babor et al. (2023) laat zien dat verkoopverboden, het beperken van het aantal dagen en tijden verkoop en het beperken van het aantal verkooppunten van alcohol effectief is in het verminderen van alcoholgebruik onder jongeren. Dit kan bijvoorbeeld worden gedaan door het aantal verkooppunten van alcohol en de tijden waarop alcohol verkocht mag worden te beperken. De andere kant op bestaat er bewijs dat het loslaten van deze maatregelen verband houdt met de toename van schade door alcohol (Hahn et al., 2010; Middleton et al., 2010). Gerelateerd aan het verhogen van de prijs van alcohol kunnen beperkingen op de verkoop van alcohol ervoor zorgen dat de tijd en de kosten om alcohol te kopen voor de consumenten stijgt (Purshouse et al., 2009). Bij een vermindering van 10% of 25% van de verkooppunten levert dit een voordeel op voor de samenleving. Het nodige hierbij is dat de consumenten hun patronen van alcoholgebruik veranderen. Indien dat niet gebeurt, kan het verminderen van het aantal verkooppunten weinig tot geen voordelen opleveren in de balans (De Wit et al., 2016).

Als het gaat om alcoholreclame omvat dit “mediareclame, sponsoring, internetreclame, product placement in films en televisieprogramma’s, direct mail en prijspromoties” (De Wit et al., 2016, p. 127). Reclame en marketing zorgt voor een toename in alcoholgebruik, voornamelijk onder jongeren (Anderson et al., 2009; VWS, 2018). Dit gaat zowel om meer nieuwe drinkers als om drinkers die meer gaan drinken. Naar schatting zou een vermindering van 28% van de reclame het maandelijks alcoholgebruik en het binge-drinken onder jongeren met 1 tot 4% verlagen (Saffer & Dave, 2006). Verder zou een reclameverbod het alcoholgebruik met 5 tot 8% kunnen verlagen (Saffer & Dave, 2002). Ten slotte zou naar schatting uit een Nederlands onderzoek een verbod op reclame het alcoholgebruik kunnen verminderen met 4% (De Wit et al., 2016). Een verbod op of het beperken van reclame is dus effectief in het verminderen van alcoholgebruik onder jongeren (Babor et al., 2023; Trimbos-instituut, z.d.-a).

Jongeren zijn gevoeliger voor reclame en sponsoring dan volwassenen, omdat zij gevoeliger zijn voor invloeden vanuit de sociale omgeving (Smit et al., 2020). Dit gaat bijvoorbeeld over rolmodellen, leeftijdsgenoten, ouders en vrienden. Zo zullen kinderen of jongeren zonder ervaring met alcohol kijken naar rolmodellen of ouders en hun gedrag zien als belangrijke bron van informatie over alcoholgebruik en de effecten van alcoholgebruik. Ook kunnen ouders door middel van het

verstrekken van alcohol ervoor zorgen dat jongeren op jongere leeftijd gaan drinken en later grotere hoeveelheden gaan drinken. Verder kunnen ouders, vrienden en leeftijdsgenoten door middel van hun voorbeeldgedrag (zien drinken doet drinken) invloed hebben op de perceptie van jongeren op alcoholgebruik en de effecten die ze verwachten van het gebruik van alcohol. Daarnaast willen jongeren er graag bij horen en willen relaties opbouwen met leeftijdsgenoten. Ook worden ze beïnvloed door alcohol-gerelateerde berichten en beelden op sociale media van vrienden of leeftijdsgenoten. Bovendien heeft veel alcoholmarketing een feestelijk thema, wat aantrekkelijk lijkt voor jongeren. Hierdoor neemt de kans op drinkgedrag bij jongeren toe (Smit et al., 2020).

Ten slotte is er niet overvloedig bewijs dat campagnes of voorlichtingsprogramma's voldoende effectief zijn om het alcoholgebruik onder jongeren te verminderen (Van Hasselt et al., 2010). Zo is de BOB-campagne opgezet tegen het rijden onder invloed. Dit heeft een positief effect gehad op de sociale norm over het niet rijden onder invloed, namelijk dat mensen vaker zeggen tegen andere dat ze de Bob zijn. Verder lijkt de campagne geen tot weinig invloed te hebben op de kennis van mensen en de attitude van mensen over het rijden onder invloed (Cammaert & Woudstra, 2021). Desalniettemin zijn beide belangrijke onderdelen van de integrale aanpak van alcoholgebruik. Zo kunnen voorlichtingsprogramma's de anti-alcohol norm versterken en andere maatregelen ondersteunen (VWS, 2018). Ook kunnen gezondheidswaarschuwingen op alcoholetiketten bijdragen aan minder alcoholgebruik (Hobin et al., 2020). Verder is het van belang dat verschillende specifieke doelgroepen, zoals jongeren, worden voorgelicht en bewust gemaakt over de problematiek. voorlichtingsprogramma's en campagnes kunnen sociale normen en attitudes beïnvloeden. Daarnaast zetten zulke campagnes in op het bewustmaken van mensen omtrent alcoholgebruik (VWS, 2018). Zo is de campagne NIX18 effectief in het bevorderen van de sociale norm van het niet drinken van alcohol (Harreveld et al., 2019). Zo heeft de campagne succesvol de boodschap kunnen overbrengen dat het van belang is om geen alcohol te geven aan kinderen onder de 18 jaar. Ook heeft de campagne ouders meer zelfvertrouwen gegeven om afspraken te maken met hun kind (Bruin & Cox, 2023).

Tabel 3: Overzicht beleidsstukken en literatuur alcohol

Bron	Land	Onderwerp	Doelgroep
Anderson, P., De Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R., Hastings, G. (2009). Impact of Alcohol Advertising and Media Exposure on Adolescent Alcohol Use: A Systematic Review of Longitudinal Studies. <i>Alcohol and Alcoholism</i> , 44(3), 229-243. https://doi.org/10.1093/alcalc/agn115	Nieuw-Zeeland, VS, België, Duitsland	Reclame en marketing	Jongeren
Babor, T. F., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., & Giesbrecht, N. (2010). <i>Alcohol: no ordinary commodity: Research and public policy</i> (3e ed.) [E-book]. Oxford University Press. Geraadpleegd op 16 oktober 2023, van https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/publicaciones/catalogo/biblioteca/Digital/publicaciones/pdf/2023/Babor_TF_Alcohol_No_Ordinary_Commodity_2023.pdf	Engeland, Europa en internationaal	Prijs, accijns, verkoopbeperkingen, beschikbaarheid en andere interventies	Jongeren en algemeen
Bruin, P., & Cox, P. (2023, 13 juli). <i>Campagne-effectonderzoek NIX18 (voorjaar 2023)</i> [Rapport]. DVJ Insights. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van https://open.overheid.nl/documenten/64eda1e2-5c51-4b7d-afaf-1786ce173e07/file	Nederland	Evaluatie campagne	Algemeen
Burton, R., Henn, C., Lavoie, D., O'Connor, R., Perkins, C., Sweeney, K., Greaves, F., Ferguson, B., Beynon, C., Belloni, A., Musto, V., Marsden, J., & Sheron, N. (2017). A rapid evidence review of the effectiveness and cost-effectiveness of alcohol control policies: An English perspective. <i>The Lancet</i> , 389(10078), 1558-1580. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(16)32420-5	Engeland	Evaluatie maatregelen en mechanismen	Algemeen
Cammaert, M., & Woudstra, M. (2021, 8 maart). <i>Campagne-effectonderzoek BOB</i> [Rapport]. DVJ Insights. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van https://open.overheid.nl/documenten/ronl-889b6e54-56a9-4655-8eac-977db5e24efc/pdf	Nederland	Evaluatie campagne	Algemeen
De Wit, G. A., Van Gils, P. F., Over, E. A. B., Suijkerbuijk, A. W. M., Lokkerbol, J., Smit, F., Evers, S. M. A. A., & De Kinderen, R. J. A. (2016). <i>Maatschappelijke kosten-baten analyse van beleidsmaatregelen om alcoholgebruik te verminderen</i> (Rapport 2018-0146). RIVM. Geraadpleegd op 14 september 2023, van https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/2018-0146.pdf	Nederland	Evaluatie maatregelen en mechanismen	Algemeen
Hahn, R. A., Kuzara, J. L., Elder, R., Brewer, R., Chattopadhyay, S., Fielding, J., Naimi, T. S., Toomey, T., Middleton, J. C., Lawrence, B. (2010). Effectiveness of Policies Restricting Hours of Alcohol Sales in Preventing Excessive Alcohol Consumption and Related Harms. <i>American Journal of Preventive Medicine</i> , 39(6), 590-604. https://doi.org/10.1016%2Fj.amepre.2010.09.016	VS	Beperken verkooptijden	Algemeen
Harreveld, C., Voogt, C., Plaijne, M., & Lemmers, L. (2019). <i>Alcoholpreventie bij jongeren en jongvolwassenen: Effectieve interventies en andere mogelijkheden voor preventie van alcoholgebruik bij jongeren en jongvolwassenen (11-24 jaar)</i> (Rapport AF1670). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 20 september 2023, van https://www.loketgezondleven.nl/sites/default/files/2019-07/190306%20Rapport%20Wat%20Werkt%20dossier%20Alcohol%20en%20Jongeren%20-%20DEF.pdf	Nederland	Preventie en evaluatie maatregelen	Jongeren
Hobin, E., Schoueri-Mychasiw, N., Weerasinghe, A., Vallance, K., Hammond, D., Greenfield, T., McGavock, J., Paradis, C., & Stockwell, T. (2020). Effects of strengthening alcohol labels on attention, message processing, and perceived effectiveness: A quasi-experimental study in Yukon, Canada. <i>International Journal of Drug Policy</i> , 77, 102666. https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102666	Canada	Evaluatie maatregelen	Algemeen

Lemmers, L., Mulder, J., Onrust, S., Verdurmen, J., & Van Hasselt, N. (2016). <i>Preventie van schadelijk alcoholgebruik: Een update van de kennissynthese uit 2010 en een Roadmap voor STAD-Nederland</i> (Rapport AF1478). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 21 september 2023, van https://www.trimbos.nl/docs/af1478-preventie-van-schadelijk-alcoholgebruik.pdf	Nederland	Preventie en evaluatie maatregelen	Algemeen en jongeren
Kisjes, H. (2009). Alcoholgebruik onder jongen: Hoe denken studenten van de Fontys Minor Verslavingsdeskundige over het alcoholgebruik onder jongeren? <i>Onderwijs en gezondheidszorg</i> , 33(3), 21-23. https://doi.org/10.1007/BF03088606	Nederland	Meerdere maatregelen en mechanismen	Jongeren
Middleton, J. C., Hahn, R. A., Kuzara, J. L., Elder, R., Brewer, R., Chattopadhyay, S., Fielding, J., Naimi, T. S., Toomey, T., Lawrence, B. (2010). Effectiveness of Policies Maintaining or Restricting Days of Alcohol Sales on Excessive Alcohol Consumption and Related Harms. <i>American Journal of Preventive Medicine</i> , 39(6), 575-589. https://doi.org/10.1016/j.amepre.2010.09.015	VS	Beperken verkoopdagen	Algemeen
Nederlands Jeugdinstituut. (2023, 2 juni). <i>Cijfers over alcoholgebruik</i> . Geraadpleegd op 19 juli, van https://www.nji.nl/cijfers/alcoholgebruik	Nederland	Prevalentie	Jongeren
Opperhuizen, A. (2009). <i>Suikers en zoetstoffen kunnen de smaakaversie tegen alcohol bij jongeren onderdrukken en consumptie bevorderen</i> (Briefrapport 340400003/2010). RIVM. Geraadpleegd op 21 september 2023, van https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/340400003.pdf	Nederland	Smaken	Jongeren
Opperhuizen, A., Cremers, H., & Jansen, E. H. J. M. (2010). <i>Soorten en hoeveelheden zoetmakers in zoete zwak-alcoholische dranken</i> (Briefrapport 340400001/2010). RIVM. Geraadpleegd op 21 juli 2023, van https://rivm.openrepository.com/bitstream/handle/10029/259254/340400001.pdf?sequence=3&isAllowed=y	Nederland	Smaken	Algemeen en jongeren
Purshouse, R., Brennan, A., Latimer, N., Meng, Y., Rafia, R., Jackson, R., Meier, P. (2009). <i>Modelling to assess the effectiveness and cost-effectiveness of public health related strategies and interventions to reduce alcohol attributable harm in England using the Sheffield Alcohol Policy Model version 2.0</i> [Report]. The NICE Public Health Programme Development Group and The University of Sheffield. Geraadpleegd op 19 september 2023, van https://www.nice.org.uk/guidance/ph24/evidence/economic-modelling-report-371533357	Engeland	Evaluatie maatregelen en mechanismen	Algemeen
Saffer, H., & Dave, D. (2002). Alcohol Consumption and Alcohol Advertising Bans. <i>Applied Economics</i> , 34(11), 1325-1334. https://doi.org/10.1080/00036840110102743	Internationaal (20 landen)	Reclame	Algemeen
Saffer, H., & Dave, D. (2006). Alcohol advertising and alcohol consumption by adolescents. <i>Health Economy</i> , 15(6), 617-637. https://doi.org/10.1002/hec.1091	VS	Reclame	Jongeren
Smit, K., Monshouwer, K., Van Leeuwen, L., & Voogt, C. (2020). <i>Zien drinken doet drinken? De invloed van zichtbaarheid van alcohol in de sociale omgeving op kennis, opvattingen en gebruik van alcohol door jongeren</i> (Rapport AF1600). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van https://open.overheid.nl/documenten/ronl-1f7b7558-4628-477d-8542-9508d913ab2c/pdf	Nederland en internationaal	Zichtbaarheid, reclame, sociale invloed	Jongeren
Trimbos-instituut. (z.d.-a). <i>Beleid om (maatschappelijke) schade door alcohol te voorkomen</i> . Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://www.trimbos.nl/aanbod/alcoholschade-en-beleidsmaatregelen/#overzichtbeleideninterventie	Nederland	Evaluatie maatregelen en mechanismen	Algemeen en jongeren
Veerbeek, N. (2023, 20 januari). <i>Is drinken te veel genormaliseerd in Nederland? 'Ken jongeren die een krat per avond achterover slaan'</i> .	Nederland	Sociale norm	Algemeen en jongeren

<p>Metro Nieuws. Geraadpleegd op 29 september 2023, van https://www.metronieuws.nl/televisie/2023/01/drinken-nederland-op1/</p>			
<p>Wagenaar, A. C., Salois, M. J., & Komro, K. A. (2009). Effects of beverage alcohol price and tax levels on drinking: A meta-analysis of 1003 estimates from 112 studies. <i>Addiction</i>, <i>104</i>(2), 179-190. https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2008.02438.x</p>	<p>VS</p>	<p>Prijzen en accijnzen</p>	<p>Algemeen</p>
<p>Wagenaar, A. C., Tobler, A. L., & Komro, K. A. (2010). Effects of Alcohol Tax and Price Policies on Morbidity and Mortality: A Systematic Review. <i>American Journal Public Health</i>, <i>100</i>(11), 2270-2278. https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.186007</p>	<p>VS</p>	<p>Prijzen en accijnzen</p>	<p>Algemeen</p>

Rookgedrag

Het roken van gewone sigaretten wordt in de Nederlandse maatschappij steeds minder geaccepteerd (Hummel et al., 2017). Toch lijkt het percentage Nederlandse jongeren van 16 tot 20 jaar dat nog nooit heeft gerookt gedaald te zijn in de jaren 2020 tot 2022, terwijl het percentage in de jaren daarvoor steeg. In 2021 rookt nog 8% van de Nederlandse jongeren tussen 16 en 20 jaar dagelijks, maar in 2022 is dit percentage gedaald naar 6,5% (NJI, 2023b). Uit een ander onderzoek blijkt dat 23,4% van de 18-19 jarigen en 27,2% van de 20-24 jarigen rookt (Trimbos-instituut, z.d.-c).

Jongeren kunnen om verschillende redenen beginnen met roken. Ten eerste wordt roken door jongeren vaak gezien als teken van volwassenheid. Voor jongeren is het dus een manier om te laten zien dat ze volwassen zijn. Ten tweede worden jongeren blootgesteld aan rolmodellen die roken, waardoor zij zelf ook sneller zullen gaan roken. Ten derde kan het roken bij jongeren een manier zijn om imago en status te krijgen. Hierbij lijkt bij jongens de status meer van belang te zijn en bij meisjes het imago. Ten vierde lijkt gewichtsbeheersing een rol te spelen, vooral onder de jonge vrouwen (Feldman, 2016). Ten slotte hebben jongeren vaak een ander idee over gezondheid. Zij zijn vaak onrealistisch optimistisch over de risico's en negatieve gevolgen van roken (Morrison & Bennett, 2015).

Het is lastig om te stoppen met roken door nicotine, een zeer verslavende stof. In veel gevallen zijn er maar weinig sigaretten nodig om een gewoonte te vormen, vooral bij jongeren (Feldman, 2016). Op de korte termijn blijkt nicotine een positieve invloed uit te oefenen op de zelfregulatie. Zo geeft het een ontspannen gevoel en kunnen mensen zich beter concentreren door het roken (Talhout et al., 2009). Echter, op de lange termijn wordt vastgesteld dat (de verslaving aan) nicotine de ontwikkeling van zelfregulatie bemoeilijkt en vermindert (Wiekens, 2012). Dit kan zorgen voor een vicieuze cirkel naar een verslaving aan nicotine.

In Nederland wordt ook beleid gevoerd omtrent roken. Het doel is het minderen van het aantal rokers en het matigen van het rookgedrag. Er worden hiervoor verschillende maatregelen genomen. Zo is de prijs een belangrijke factor, waardoor gekeken wordt naar de accijns op pakjes sigaretten. De accijns is meerdere keren verhoogd (Van Giessen et al., 2021). Het verhogen van de prijs van sigaretten is een effectieve maatregel om het rookgedrag te verminderen (Visscher et al., 2021). Het is hierbij van belang om met enige regelmaat substantiële prijsstijgingen door te voeren, zodat op de langere termijn de prevalentie van roken verder afneemt. Uit onderzoek blijkt dat dergelijke prijsverhogingen met name effectief zijn bij jongeren (Croes & Willemsen, 2020; International Agency for Research on Cancer [IARC], 2011), omdat jongeren gevoeliger zijn voor prijsverhogingen dan volwassenen, namelijk wel twee tot drie keer zo gevoelig. Wanneer de prijs van tabak stijgt, zullen jongeren dus minder gaan roken (Bader et al., 2011).

Het verminderen van de sociale norm is van belang om rookgedrag te verminderen. Dit omvat onder andere het rookverbod en het verstrekken van informatie, zoals voorlichtingsprogramma's. Het implementeren van een rookverbod in publieke ruimtes, openbare gebouwen en werklocaties is

gebleken effectief te zijn in het reduceren van rookgedrag (Van der Wilk et al., 2007). Ook is een rookverbod effectief om het rookgedrag onder jongeren te verminderen. Jongeren zijn gevoelig voor voorbeeldgedrag en voor sociale normen. Het rookverbod draagt bij aan de sociale norm dat roken niet normaal of geaccepteerd is (Kleinjan et al., 2019). Jongeren zullen minder snel beginnen met roken, wanneer om hen heen op verschillende locaties rookverboden gelden (Pabayo et al., 2012; Siegel et al., 2010). Verder zijn massamediacampagnes van belang om de sociale norm te beïnvloeden en zo het rookgedrag onder mensen te verminderen (Sims et al., 2014). Zo kan het bijdragen aan het denormaliseren van roken en het normaliseren van het stoppen met roken. Zo werkt de campagne NIX18 om de sociale norm van niet roken bij jongeren te benadrukken (Harreveld et al., 2019).

Daarnaast is voorzien van informatie belangrijk om het rookgedrag te verminderen. Hierbij gaat het bijvoorbeeld over betere informatie over de gezondheidsaspecten, stoppen met roken en over het opereren van de tabaksindustrie. Deze informatie is van belang om effectief het rookgedrag te verminderen (Van der Wilk et al., 2007). Zo kunnen massamediacampagnes bijdragen aan het informeren van mensen over de gezondheidsrisico's, denormaliseren van roken en vergroten van de eigen-effectiviteitsverwachting om te stoppen met roken (Troelstra, Feenstra et al., 2020). Verder kunnen deze bewustwordingscampagnes zorgen voor meer stoppogingen, minder mensen die beginnen met roken en een groter draagvlak voor verder tabaksontmoedigingsbeleid (Dam et al., 2022). Daarnaast is het bij jongeren van belang om hen te bereiken via voorlichtingsprogramma's of campagnes om hen zo te voorzien van relevante informatie en hen bewust te maken van de risico's. Zo heeft het aanbrenen van prominente en expliciete gezondheidswaarschuwingen op tabaksproducten een bewezen effect op het verminderen van rookgedrag (Van der Wilk et al., 2007).

Bij campagnes en voorlichtingsprogramma's is het belangrijk om op juiste manier aandacht te trekken en om aan te sluiten op de doelgroep. Zo kan teveel aandacht het idee suggereren dat iedereen het doet en dat dus de sociale norm is. Het is van belang om aan te geven dat het niet geaccepteerd is. Ook kunnen confronterende voorlichtingsprogramma's zorgen voor cognitieve dissonantie bij mensen, waardoor ze hun gedrag gaan goedpraten. Verder is het van belang om de positieve gevolgen te laten zien van het niet aangaan van specifiek risicogedrag (Winkel, 1983). Bovendien zijn toegankelijke en vergoede interventies gericht op stoppen met roken effectief gebleken in het reduceren van rookgedrag (Van der Wilk et al., 2007; Visscher et al., 2021). Dit laat zien aan mensen dat het normaal is om te stoppen met roken.

Op het gebied van preventie is het, vergelijkbaar met alcoholgebruik, van belang welke preventieve maatregelen worden geïmplementeerd op specifieke leeftijdsfasen. Als aanvulling op de aanbevelingen voor alcoholpreventie, dient in de vroege adolescentie de sociale norm bijgestuurd te worden en zou er nadruk moeten liggen op peereducatie (Onrust et al., 2016).

Verder is het verminderen van de beschikbaarheid van sigaretten belangrijk om het rookgedrag onder jongeren te beperken. Dit heeft onder andere betrekking op de leeftijdsgrens, het uitstalverbod, het reclameverbod, de prijs en het aantal verkooppunten (Kleinjan et al., 2019). Dit is

vergelijkbaar met de aanpak bij alcohol. Deze maatregelen zorgen ervoor dat jongeren minder snel beginnen en dat volwassenen die willen stoppen worden ondersteund (Monshouwer et al., 2014). Met name voor jongeren is de leeftijdsgrens een effectieve maatregel ter vermindering van rookgedrag, doordat de toegang tot tabaksproducten hierdoor wordt beperkt (Monshouwer et al., 2014). Een belangrijke kanttekening hierbij is dat de handhaving hiervan heel goed moet zijn (Kleinjan et al., 2019). In 2020 blijkt de kans voor minderjarigen om sigaretten te kopen bij cafetaria's en andere horecagelegenheden 85% te zijn, terwijl deze kans bij tabakswinkels 76% bedroeg (Kruize & Pieper, 2021). Daarnaast is het verminderen van het aantal verkooppunten over het algemeen effectief om rookgedrag te verminderen (Van Giessen et al., 2021). Het aantal verkooppunten hangt samen met het rookgedrag in de omgeving. Daarnaast lijken jongeren vaker te beginnen met roken als er veel verkooppunten van tabak in de omgeving zijn (Bieleman et al., 2010). Het verkleinen van de dichtheid en de nabijheid van verkooppunten zorgt ervoor dat jongeren minder snel gaan roken, omdat zij over minder middelen beschikken om ver te reizen. Ook zorgt het ervoor dat jongeren minder in aanraking komen met reclame op deze verkooppunten. Het verminderen van het aantal verkooppunten draagt bij aan de denormalisatie van roken en het veranderen van de sociale norm. Als er namelijk wel veel verkooppunten zijn, strookt dat met het idee van de gezondheidswaarschuwingen die op de verpakkingen staan (Monshouwer et al., 2014).

Verder is de zichtbaarheid van sigaretten van belang om het rookgedrag te verminderen. Zo is het uit het zicht plaatsen van rookwaren effectief om rookgedrag te verminderen, door bijvoorbeeld een uitstalverbod (Visscher et al., 2021). Het is aangetoond dat er meer rookgedrag wordt vertoond bij een verhoogde blootstelling aan sigaretten door tabaksdisplays. Daarnaast zullen mensen sneller en meer spontaan sigaretten kopen (Monshouwer et al., 2014). Het uitstellen van tabaksproducten fungeert als een vorm van reclame, wat de sigaretten voornamelijk voor jongeren aantrekkelijk maakt (Monshouwer et al., 2014; MacKintosh et al., 2012; Spanopoulos et al., 2014). Bovendien blijkt dat het uitstellen van tabaksproducten bij verkooppunten resulteert in een toename van (impuls)aankopen bij jongeren (Bieleman et al., 2010). Het verbod op reclame en sponsoring heeft een bewezen effect op het verminderen van rookgedrag (Van der Wilk et al., 2007; Visscher et al., 2021). Jongeren zijn gevoeliger voor reclames en marketing, waardoor zij een grotere kans hebben om te gaan roken, wanneer zij hieraan worden blootgesteld (Monshouwer et al., 2014).

Daarnaast is het verminderen van de aantrekkelijkheid van sigaretten van belang om het rookgedrag te verminderen. Dit gaat onder andere over de verpakking, de smaken en het uiterlijk van de sigaretten. De verpakking wordt steeds meer neutraal gemaakt door standardeisen. Zo moet er verplicht een gezondheidswaarschuwing op staan met een afschrikwekkende foto. Daarnaast moet er een verwijzing op staan voor stoppen met roken hulp (Kleinjan et al., 2019). Verder is het verplicht om één bepaalde donkere kleur te gebruiken voor de verpakking. Deze 'plain packaging' en de waarschuwingen op de verpakking dragen ook bij aan de sociale norm tegen roken (Bommel e et al., 2020). Daarnaast zorgt een neutrale verpakking voor groter bewustzijn over de gezondheidsrisico's

van het roken (Dam et al., 2022). Vanaf 2020 geldt een verplichte neutrale verpakking voor sigaretten en sinds juli 2022 een verplicht standaard uiterlijk voor sigaretten (Van Giessen et al., 2021; Rijksoverheid, 2022). Het verplichte standaard uiterlijk voor sigaretten is van belang om te voorkomen dat het uiterlijk van sigaretten wordt gebruikt voor marketingdoeleinden. Een verbod op reclame en sponsoring is dus effectief tegen de zichtbaarheid, maar ook tegen de aantrekkelijkheid. Zowel de vorm als de kleuren van sigaretten beïnvloeden hun aantrekkelijkheid (Kleinjan et al., 2019; Talhout et al., 2018). Bij het uiterlijk spelen afmetingen en kleur van de sigaretten een belangrijke rol (RIVM, 2020). ‘Slim’ sigaretten zijn lange, dunne sigaretten. Deze zijn populair onder vrouwen en jongeren, voornamelijk onder meisjes (Moodie et al., 2014). Jongeren zien deze ‘slim’ sigaretten als aantrekkelijk en worden ervaren als minder schadelijk (Ford et al., 2014). Het neutraal maken van de verpakkingen en het standaardiseren van het uiterlijk van de sigaretten zorgt er dus voor dat de sigaretten minder aantrekkelijk kunnen worden gemaakt door de tabaksindustrie (Rijksoverheid, 2022), waardoor er minder wordt gerookt (RIVM, 2023).

Verder is het reguleren van kenmerkende aroma’s in sigaretten een belangrijke maatregel in het verminderen van de aantrekkelijkheid en de beschikbaarheid (Rossheim et al., 2020). Sinds mei 2016 is de productie van sigaretten met een kenmerkend aroma anders dan tabak en/of menthol verboden (RIVM, 2023; TPD, 2014). Vier jaar later zijn ook de sigaretten met een kenmerkend menthol aroma verboden (Pauwels et al., 2022). Bepaalde smaakstoffen, zoals menthol, suikers en nicotinezouten, maken het makkelijker om tabaksrook te inhaleren en versterken de verslavende werking van nicotine, wat aantrekkelijker is voor een jonge of beginnende roker die nog niet gewend is aan het inhaleren van scherpe tabaksrook (RIVM, 2023; Food and Drug Administration, 2022). Verder wekken de smaken de indruk dat deze sigaretten minder schadelijk zijn dan de sigaretten zonder zoete smaakstoffen bijvoorbeeld (RIVM, 2018b). Vooral tabaksproducten met zoete, snoepachtige smaken oefenen een aanzienlijke aantrekkingskracht uit op jongeren (RIVM, 2023). Ook is het bekend dat jongeren smaakjes interessant vinden. Zij worden aangesproken door de verschillende smaken en de mooie verpakkingen (Villanti et al., 2013). Het verbieden van dergelijke kenmerkende aroma’s dan ook blijkt effectief te zijn in het verminderen van het rookgedrag onder volwassenen en jongeren (Rossheim et al., 2020). Conform de Europese tabakswetgeving mogen sigaretten geen stoffen bevatten die de inhalatie vergemakkelijken (RIVM, 2023; TPD, 2014). Deze stoffen zijn vastgelegd in de TPD (TPD, 2014). Echter, er worden geen specifieke stoffen genoemd, waardoor de handhaving van dit verbod bemoeilijkt wordt voor de NVWA (RIVM, 2023). Bovendien worden er sinds dien smaakaccessoires aangeboden op de markt om sigaretten en shag te voorzien van smaken (Pauwels et al., 2022). De verkoop van deze accessoires zouden moeten worden beperkt voor tabaksproducten (Pauwels et al., 2022), maar dat lukt met de huidige wetgeving niet. Deze accessoires, zoals smaakfilters, maken de tabaksproducten aantrekkelijker en smakelijker. Ook doen ze de tabaksproducten onterecht minder schadelijk lijken (Pauwels et al., 2022).

Een geïntegreerd pakket aan maatregelen is van belang voor het optimaliseren van de effectiviteit bij het verminderen van rookgedrag (De Kinderen et al., 2019; Van der Wilk et al., 2007). Dit draagt bij aan een daling van de maatschappelijke acceptatie van roken (Willemsen, 2017).

Tot slot zijn er specifieke maatregelen geïdentificeerd in de literatuur die aanbevolen worden en die effectief blijken te zijn om rookgedrag te verminderen (RIVM, 2023). Het is echter belangrijk om op te merken dat deze maatregelen op het moment van schrijven nog niet geïmplementeerd zijn in het Nederlandse beleid.

Het verbieden van filterventilatie: zo kan voorkomen worden dat de producenten van sigaretten het idee kunnen geven dat bepaalde sigaretten minder schadelijk zijn. Bovendien kan overwogen worden om deze filters helemaal te verbieden om het milieu te beschermen tegen de slecht afbreekbare kunststoffen in de filters (RIVM, 2023). Het verbieden van filterventilatie zal het voor de tabaksindustrie moeilijker maken om sigarettenvarianten te produceren die de indruk wekken minder schadelijk te zijn.

Het uitbreiden van de standaardeisen aan het uiterlijk van de sigaret: zoals het geven van een donkere kleur of een gezondheidswaarschuwing op de sigaret zelf. Deze maatregelen zullen de sigaret nog minder aantrekkelijk maken (RIVM, 2023). Zo blijken de kleur en het patroon van sigarettenpapier en filter significant van invloed te zijn op de aantrekkelijkheid van sigaretten. Wetgeving schrijft momenteel een witte sigaret voor, maar onderzoek suggereert dat een donkere kleur wellicht een betere keuze is (Moodie et al., 2017). Bijvoorbeeld, roze sigaretten hebben een grotere populariteit onder jonge vrouwen vanwege hun aantrekkelijke uitstraling en smaakassociaties. Bovendien wordt de perceptie gewekt door de kleur dat deze roze sigaretten minder schadelijk zijn. Witte sigaretten worden gezien als een veiliger product. Donkere kleuren worden daarentegen geassocieerd met een uitgesproken smaak en hogere mate van schadelijkheid (Moodie et al., 2014). Verder kunnen verplichte waarschuwingen op de sigaret rokers tijdens het roken wijzen op de gevaren ervan. Sigaretten met dergelijke waarschuwingen worden als minder aantrekkelijk ervaren en zijn minder populair bij zowel rokers als niet-rokers (Moodie et al., 2017). Het uitbreiden van de standaardeisen aan het uiterlijk van de sigaret zal de sigaretten minder aantrekkelijk maken, waardoor er minder gerookt zal worden (Talhout et al., 2018).

Het reduceren van het nicotinegehalte: dit heeft als doel de verslavende werking te verminderen en de bevredigende effecten van nicotine in sigaretten te reduceren (RIVM, 2023). Het blijkt dat sigaretten met een zeer laag nicotinegehalte (ZLN) effectief zijn in het verminderen van rookgedrag, omdat individuen bij het gebruik van ZLN-sigaretten minder sigaretten per dag consumeren, minder afhankelijkheid ontwikkelen en vaker een stoppoging ondernemen dan individuen die gewone sigaretten gebruiken (Hatsukami et al., 2010). Binnen deze context kan een nicotineverbod of een generatieverbod overwogen worden, waarbij vanaf een bepaalde geboortedatum

geen nicotineproducten meer verkocht mogen worden. Deze maatregel is echter nog te recent om een uitspraak te doen over de effectiviteit ervan (TabakNee, 2022a).

Het verminderen van de beschikbaarheid zou verder uitgebreid kunnen worden door het invoeren van vergunningen voor tabaksverkopers (Bommelé et al., 2020). Dit kan het aantal verkooppunten terugdringen, maar heeft voornamelijk effect daar waar de consumentenvraag naar sigaretten al laag is. Het vergunningstelsel heeft in Hongarije het aantal verkooppunten met 84% laten dalen. De maatregel lijkt steeds meer aanhang te krijgen. De minimumleeftijd zou hierdoor beter te handhaven zijn en belastingwetten zullen beter worden nageleefd (Monshouwer et al., 2014).

Ten slotte blijkt het effectief te zijn om de leeftijdsgrens te verhogen naar 21 jaar. Dit blijkt uit onderzoek in verschillende Amerikaanse staten, maar ook uit onderzoek in Nederland toen de leeftijdsgrens is verhoogd van 16 naar 18 jaar (Garritsen, Geuke et al., 2023). Het verhogen van de leeftijdsgrens naar 21 jaar blijkt ook uit ander onderzoek bij te dragen aan het verminderen van het rookgedrag, voornamelijk bij jongeren van 18 t/m 20 jaar (Bommelé et al., 2020).

Tabel 4: Overzicht beleidsstukken en literatuur roken

Bron	Land	Onderwerp	Doelgroep
Bader, P., Boisclair, D., & Ferrence, R. (2011). Effects of tobacco taxation and pricing on smoking behavior in high risk populations: A knowledge synthesis. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i> , 8(11), 4118-4139. https://doi.org/10.3390/ijerph8114118	Canada	Prijzen en accijnzen	Risicodoelgroepen
Bieleman, B., Kruize, A., & Zimmerman, C. (2010). <i>Monitor tabaksverstrekking jongeren 2009: naleving leeftijdsgrens 16 jaar: tweejaarlijkse metingen 1999-2009</i> . IntraVal.	Nederland	Leeftijdsgrens	Jongeren
Bommelé, J., Walters, B. H., Wijnen, B., & Willemsen, M. (2020, januari). <i>De Rookvrije Generatie en gemeentelijk tabaksbeleid</i> (Rapport AF1738). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 27 juli 2023, van https://www.trimbos.nl/docs/af1738-de-rookvrije-generatie-en-gemeentelijk-tabaksbeleid.pdf	Nederland	Evaluatie maatregelen en mechanismen	Algemeen en jongeren
Croes, E., & Willemsen, M. (2020). <i>Effecten van accijns en prijs op het gebruik van tabaksproducten</i> (Factsheet AF1357). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2023/06/AF1357-Effecten-van-accijns-en-prijs-op-gebruik-van-tabaksproducten_2020.pdf	Nederland	Prijzen en accijnzen	Algemeen en jongeren
Dam, W., Bommelé, J., Willemsen, M. (2022, mei). <i>Effectiviteit van Nederlands tabaksonmoedigingsbeleid</i> [Notitie]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2022/06/AF1989-Effectiviteit-van-Nederlands-tabaksonmoedigingsbeleid.pdf	Nederland	Evaluatie beleid	Algemeen en jongeren
De Kinderen, R. J. A., Wijnen, B. F. M., Evers, S. M. A. A., Hilingsmann, M., Paulus, A. T. G., De Wit, G. A., Van Gils, P. F., Over, E. A. B., Suijkerbuijk, A. W. M., & Smit, F. (2019). Social cost-benefit analysis of tobacco control policies in the Netherlands. <i>European Journal of Public Health</i> , 29(4), ckz185.793. https://doi.org/10.1093/eurpub/ckz185.793	Nederland	Pakket	Algemeen
European Tobacco Products Directive. (2014). <i>Richtlijn 2014/40/EU van het Europees Parlement en de Raad</i> . Geraadpleegd op 25 september 2023, van https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0040	EU	Wetten en regels	Algemeen
Food and Drug Administration. (2022). <i>Scientific Review of the Effects of Menthol in Cigarettes on Tobacco Addiction: 1980-2021</i> . Geraadpleegd op 25 september 2023, van https://www.fda.gov/media/157642/download	VS	Smaken	Algemeen en jongeren
Ford, A., Moodie, C., MacKintosh, A. M., & Hastings, G. (2014). Adolescent perceptions of cigarette appearance. <i>European Journal of Public Health</i> , 24(3), 464-468. https://doi.org/10.1093/eurpub/ckt161	Engeland	Uiterlijk	Jongeren
Garritsen, H., Geuke, G., Walters, B. H., & Willemsen, M. (2023). <i>Leeftijdsgrens verkoop tabak naar 21 jaar</i> [Notitie]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 26 oktober 2023, van https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2023/10/AF2109-Notitie-Leeftijdsgrens-verkoop-tabak-naar-21-jaar.pdf	Nederland en internationaal	Leeftijdsgrens	Algemeen en jongeren
Hatsukami, D. K., Kotlyar, M., Hertsgaard, L. A., Zhang, Y., Carmella, S. G., Jensen, J. A., Allen, S. S., Shields, P. G., Murphy, S. E., Stepanov, I., & Hecht, S. S. (2010). Reduced nicotine content cigarettes: effects on toxicant exposure dependence and cessation. <i>Addiction</i> , 105(2), 343-355. https://doi.org/10.1111%2Fj.1360-0443.2009.02780.x	VS	Samenstelling sigaretten	Algemeen
Hummel, K., Willemsen, M. C., De Vries, H., Monshouwer, K., & Nagelhout, G. E. (2017). Social Acceptance of Smoking Restrictions During 10 Years of Policy Implementation, Reversal, and Reenactment in the Netherlands: Findings From a National Population Survey. <i>Nicotine & Tobacco Research</i> , 19(2), 231-238. https://doi.org/10.1093/ntr/ntw169	Nederland	Sociale acceptatie	Algemeen

International Agency for Research on Cancer. (2011). <i>Effectiveness of Tax and Price: Policies for Tobacco Control</i> . Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://publications.iarc.fr/publications/media/download/4018/05229a5e57f58b0bf51364dd0f3329d45c898839.pdf	Internationaal	Prijzen en accijnzen	Algemeen en jongeren
Kleinjan, M., Willemsen, M., & Bommelé, J. (2019). <i>Rookpreventie bij jongeren: Effectieve interventies en andere mogelijkheden voor preventie van roken bij jongeren</i> (Rapport AF1667). Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 26 september 2023, van https://www.trimbos.nl/docs/af1667-rookpreventie-bij-jongeren.pdf	Nederland	Preventie en evaluatie maatregelen	Jongeren
Kruize, A., & Pieper, R. (2021, maart). <i>Monitor Kopen tabak door jongeren: Meting 2020</i> . Breuer & IntraVal. Geraadpleegd op 28 maart 2023, van https://www.breuerintraVal.nl/wp-content/uploads/2021/04/Monitor-kopen-tabak-jongeren-meting-2020.pdf	Nederland	Verkoop en handhaving	Jongeren
MacKintosh, A. M., Moodie, C., & Hastings, G. (2012). The association between point-of-sale displays and youth smoking susceptibility. <i>Nicotine & Tobacco Research</i> , 14(5), 616-620. https://doi.org/10.1093/ntr/ntr185	Engeland	Uitstallen en marketing	Jongeren
Monshouwer, K., Verdurmen, J., Ketelaars, T., & Van Laar, M. W. (2014). <i>Points of sale of tobacco products</i> . Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 26 september 2023, van https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/sites/31/2021/09/af1304-points-of-sale-of-tobacco-products.pdf	Internationaal	Verkooppunten en uitstallen	Algemeen en jongeren
Moodie, C., Gendall, P., Hoek, J., MacKintosh, A. M., Best, C., & Murray, S. (2017). The Response of Young Adult Smokers and Nonsmokers in the United Kingdom to Dissuasive Cigarettes: An Online Survey. <i>Nicotine & Tobacco Research</i> , 21(2), 227-233. https://doi.org/10.1093/ntr/ntr261	Engeland	Meerdere maatregelen en mechanismen	Jongeren
Moodie, C., Ford, A., MacKintosh, A., & Purves, R. (2014). Are all cigarettes just the same? Female's perceptions of slim, coloured, aromatized and capsule cigarettes. <i>Health Education Research</i> , 30(1), 1-12. http://dx.doi.org/10.1093/her/cyu063	Engeland	Uiterlijk en smaken	Vrouwen
Nederlands Jeugdinstituut. (2023, 21 augustus). <i>Cijfers over roken</i> . Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://www.nji.nl/cijfers/roken	Nederland	Prevalentie	Jongeren
Pabayo, R., O'Loughlin, J., Barnett, T. A., Cohen, J. E., & Gauvin, L. (2012). Does intolerance of smoking at school or in restaurants or corner stores decrease cigarette use initiation in adolescents? <i>Nicotine & Tobacco Research</i> , 14(10), 1154-1160. https://doi.org/10.1093/ntr/ntr326	Canada	Rookverbod	Jongeren
Pauwels, C. G. G. M., Havermans, A., Klerx, W. N. M., Van Nierop, L., Hegger, I., & Talhout, R. (2022). <i>Tabaksaccessoires: Producten die tabak aantrekkelijk maken</i> (Rapport 2021-0091). RIVM. https://doi.org/10.21945/RIVM-2021-0091	Nederland	Smaken en accessoires	Algemeen
Rosshem, M. E., Livingston, M. D., Krall, J. R., Barnett, T. E., Thombs, D. L., McDonald, K. K., & Gimm, G. W. (2020). Cigarette Use Before and After the 2009 Flavored Cigarette Ban. <i>Journal of Adolescent Health</i> , 67(3), 432-437. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2020.06.022	VS	Smaken	Jongeren en volwassenen
Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2020, 21 december). <i>Inventarisatie accessoires aantrekkelijkheid tabaksproducten</i> . Geraadpleegd op 28 september 2023, van https://www.rivm.nl/sites/default/files/2020-12/Inventarisatie%20accessoires%20aantrekkelijkheid%20tabaksproducten_2.pdf	Nederland	Aantrekkelijkheid	Algemeen en jongeren
Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2023, 13 april). <i>Op weg naar een rookvrije generatie: Opties om sigaretten minder aantrekkelijk en verslavend te maken</i> . Geraadpleegd op 26 september 2023, van	Nederland	Aantrekkelijkheid	Algemeen en jongeren

https://www.rivm.nl/sites/default/files/2023-03/74698_RIVM_013920_FS_sigaret_TG_PDFa%20JR_NL.pdf			
Rijksoverheid. (2022, 29 juni). <i>Nieuwe tabaksregels per 1 juli</i> . Geraadpleegd op 25 september 2023, van https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2022/06/29/nieuwe-tabaksregels-per-1-juli	Nederland	Meerdere maatregelen en mechanismen	Algemeen en jongeren
Siegel, M., Albers, A. B., Cheng, D. M., Hamilton, W. L., & Biener, L. (2010). Local restaurant smoking regulations and the adolescent smoking initiation process. <i>Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine</i> , 162(5), 477-483. https://doi.org/10.1001/archpedi.162.5.477	VS	Rookverbod	Jongeren
Sims, M., Salway, R., Langley, T., Lewis, S., McNeill, A., Szatkowski, L., & Gillmore, A. B. (2014). Effectiveness of tobacco control television advertising in changing tobacco use in England: A population-based cross-sectional study. <i>Addiction</i> , 109(6), 986-994. https://doi.org/10.1111/add.12501	Engeland	Reclame en marketing	Algemeen
Spanopoulos, D., Britton, J., McNeill, A., Ratschen, E., & Szatkowski, L. (2014). Tobacco display and brand communication at the point of sale: Implications for adolescent smoking behaviour. <i>Tobacco Control</i> , 23(1), 64-69. https://doi.org/10.1136%2Ftobaccocontrol-2012-050765	Engeland	Uitstallen en marketing	Jongeren
TabakNee. (2022, 23 mei). <i>Deense regering streeft naar 100% nicotinevrije generatie 2010+</i> . Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van https://www.tabaknee.nl/nieuws/item/2571-deense-regering-streeft-naar-100-nicotinevrije-generatie-2010	Internationaal	Generatieverbod of nicotineverbod	Jongeren en algemeen
Talhout, R., Richter, P. A., Stepanov, I., Watson, C. V., & Watson, C. H. (2018). Cigarette Design Features: Effects on Emission Levels, User Perception, and Behavior. <i>Tobacco Regulatory Science</i> , 4(1), 592-604. https://doi.org/10.18001%2FTRS.4.1.6	Nederland	Uiterlijk	Algemeen
Talhout, R., Sleijffers, A., Van Amsterdam, J. G. C., & Opperhuizen, A. (2009). <i>Wat rookt de Nederlandse jeugd en waarom?</i> (Rapport 340600004/2009). RIVM. Geraadpleegd op 23 oktober 2023, van https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/340600004.pdf	Nederland	Motieven om te roken	Jongeren
Trimbos-instituut. (z.d.-c). <i>Cijfers roken</i> . Geraadpleegd op 22 september 2023, van https://www.trimbos.nl/kennis/cijfers/roken/	Nederland	Prevalentie	Algemeen
Troelstra, S., Feenstra, D., & Willemsen, M. (2020, juni). <i>Massamediacampagnes om roken terug te dringen</i> [Factsheet]. Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van https://www.trimbos.nl/docs/b1c03110-fcb5-490e-be38-dc1f4b667f6e.pdf	Nederland	Evaluatie maatregelen	Algemeen
Villanti, A. C., Richardson, A., Vallone, D. M., & Rath, J. M. (2013). Flavored Tobacco Product Use Among U.S. Young Adults. <i>American Journal of Preventive Medicine</i> , 44(4), 388-391. https://doi.org/10.1016/j.amepre.2012.11.031	VS	Smaken	Jongeren
Visscher, K., Lambooy, M., Suijkerbuijk, A., Van Gils, P., & De Wit, A. (2021). <i>Prijsgevoeligheid van rokers: Gedragseffecten van accijnshoging: stoppen, minderen, goedkoper product roken of kopen over de grens?</i> (Briefrapport 2021-0013). RIVM. doi: 10.21945/RIVM-2021-0013	Nederland	Prijzen en accijnzen	Algemeen en jongeren
Willemsen, M. C. (2017). Het Nederlandse tabaksontmoedigingsbeleid: Mijlpalen in het verleden en een blik op de toekomst. <i>Nederlands Tijdschrift voor Geneeskunde</i> , 161, D949. Geraadpleegd op 27 september 2023, van https://www.ntvg.nl/artikelen/het-nederlandse-tabaksontmoedigingsbeleid	Nederland	Evaluatie maatregelen en mechanismen	Algemeen

Bijlage 4: Analyse beleidsstukken (e-sigaretten)

Enkele artikelen gaan over meerdere vormen van risicogedrag (roken, alcoholgebruik en/of e-sigarettengebruik). Deze artikelen zijn te vinden in Tabel 2 in Bijlage 3. Deze artikelen worden hieronder deels besproken, namelijk alleen de delen met betrekking tot de e-sigaret. De artikelen worden besproken op basis van de thema's 'Aanleiding', 'Doel', 'Maatregelen', 'Reden focus jongeren' en de mechanismen 'Beschikbaarheid', 'Zichtbaarheid', 'Sociale norm', 'Bewustwording' en 'Aantrekkelijkheid'. Vervolgens worden de beleidsstukken besproken die specifiek over het thema 'e-sigaretten' gaan. Ook deze documenten zijn besproken op basis van de thema's 'Aanleiding', 'Doel', 'Maatregelen', 'Reden focus jongeren' en de mechanismen 'Beschikbaarheid', 'Zichtbaarheid', 'Sociale norm', 'Bewustwording' en 'Aantrekkelijkheid'. Voor de analyse van de beleidsstukken is geprobeerd zo dicht mogelijk bij de tekst te blijven bij het overnemen van stukken tekst uit de literatuur. Bij alle stukken staat erboven waar de tekst vandaan komt.

(RIVM, 2018b)

Maatregelen: Verbod op kenmerkende aroma's bij sigaretten.

Reden focus jongeren: (niet-rokende) Jongeren vinden de smaakjes aantrekkelijk. Mogelijk is het e-sigarettengebruik een opstapje naar het roken van gewone sigaretten.

Beschikbaarheid (handhaving): E-sigaretten zijn in eindeloos veel verschillende smaken verkrijgbaar.

Aantrekkelijkheid: Smaakstoffen verminderen het prikkelende effect van tabaksrook, waardoor het lekkerder en aantrekkelijker wordt om te roken. De meest gebruikte smaakstoffen in sigaretten waren vanille, cacao, suiker, zoethout en karamel. E-sigaretten zijn in eindeloos veel verschillende smaken verkrijgbaar.

(Van Giessen et al., 2021)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord.

Doel: Gezonder Nederland. Het Nationaal Preventieakkoord nastreven. Rook- en tabaksvrije omgeving creëren. Effectieve en toegankelijke stoppen-met-rokenzorg. Rookvrije zorg en rookvrije organisatie.

Maatregelen: Het rookverbod van normale tabaksproducten is per 2020 uitgebreid voor de e-sigaret met en zonder nicotine. In 2022 moeten er ook neutrale verpakkingen komen voor e-sigaretten.

(VWS, 2018)

Doel: Een gezonder Nederland. Mensen moeten gestimuleerd worden om gezonde keuzes te maken. Meer oog op preventie. Voorkomen dat jongeren beginnen met roken. "Zo zullen in 2040 kinderen de geur van tabaksrook niet meer kennen. Zij zijn de kinderen van de rookvrije generatie, die in een omgeving vrij van tabak leven".

Maatregelen: Rookverbod, neutrale verpakking

Reden focus jongeren: Door het gebruik van e-sigaretten in de buurt van jongeren en kinderen kunnen zij ook aan nicotine verslaafd raken en blootstaan aan schadelijke stoffen. Het gebruik van e-sigaretten kan een opstapje geven voor jongeren om gewone sigaretten te gebruiken.

Zichtbaarheid (marketing): Een rook- en tabaksvrije omgeving betekent dat jongeren en kinderen niet in aanraking komen met e-sigaretten met en zonder nicotine. Er wordt overwogen om naast neutrale verpakkingen voor sigaretten deze ook voor e-sigaretten te verplichten.

Sociale norm (pakket, zien roken): Een rook- en tabaksvrije omgeving betekent dat jongeren en kinderen niet in aanraking komen met e-sigaretten met en zonder nicotine. Het rookverbod versterkt de sociale norm dat roken niet normaal is.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): Het beperken van de toegankelijkheid en beschikbaarheid is van belang en wordt gerealiseerd door het pakket aan maatregelen.

Aantrekkelijkheid: Er wordt overwogen om naast neutrale verpakkingen voor sigaretten deze ook voor e-sigaretten te verplichten.

(VWS, 2023b)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord.

Doel: Voorkomen dat jongeren gaan roken en om kinderen en ex-rokers te beschermen. Het bieden van een actueel overzicht van verkooppunten van tabaks- en aanverwante producten.

Maatregelen: Registratieplicht voor verkooppunten en het verminderen van verkooppunten.

Verkoopverbod in onder meer supermarkten en op een gegeven moment alleen nog in tabaksspeciaalzaken. Uitstalverbod, online verkoopverbod en de mogelijkheid tot een vergunningstelsel.

Beschikbaarheid (handhaving): Verkooppunten verminderen, handhaving makkelijker maken.

Hierdoor zullen jongeren minder snel beginnen met roken.

Sociale norm (pakket, zien roken): Een vermindering van verkooppunten draagt bij aan de norm dat roken niet normaal is. Dat helpt om de kans te verminderen dat jongeren beginnen met roken.

E-sigaretten

De volgende artikelen gaan specifiek over het onderwerp 'e-sigaretten'. Hieronder worden deze artikelen besproken op basis van de thema's 'Aanleiding', 'Doel', 'Maatregelen', 'Reden focus jongeren' en de mechanismen 'Beschikbaarheid', 'Zichtbaarheid', 'Sociale norm', 'Bewustwording', 'Aantrekkelijkheid'. Ook hier is geprobeerd zo dicht mogelijk bij de tekst te blijven bij het overnemen van stukken tekst uit de literatuur. Bij alle stukken staat erboven waar de tekst vandaan komt.

(Kamerstuk II, 34470, nr. 3, 2016)

Aanleiding: Rapport van het RIVM: de gezondheidsrisico's van e-sigaretgebruik. Het implementeren van de Tabaksproductierichtlijn. Elektronische sigaretten met en zonder nicotine zitten niet in TPD, daarom aanvullend wetsvoorstel.

Doel: Regels vaststellen voor e-sigaretten en navulverpakkingen.

Maatregelen: Rapportageverplichting, verpakkingseisen, grensoverschrijdende verkoop, reclame en leeftijdsgrens. Leeftijdsgrens naar 18 jaar, aanscherping reclame- en sponsorregels (algeheel verbod, behalve voor speciaalzaken), verpakkingseisen, producteisen en rapportageverplichtingen. De maatregelen zijn proportioneel.

Reden focus jongeren: Het gebruik door jongeren is niet wenselijk. Ze kunnen gewend raken aan het dampgedrag, waardoor de overstap naar andere vormen van roken klein is. Jongeren zijn gevoelig voor reclame-uitingen en sponsoring.

Beschikbaarheid (handhaving): Leeftijdsgrens is het meest doeltreffend. Met de leeftijdsgrens wordt voorkomen dat jongeren voor roken bestemde kruidenproducten gaan gebruiken en zo gezondheidsschade oplopen.

Zichtbaarheid (marketing): Reclame- en sponsorverbod. Reclame en sponsoring kan indirect leiden tot reclame voor en sponsoring van andere rookwaren, en ervoor zorgen dat jongeren gewend raken aan het rookgedrag en overstappen op het gebruik van andere rookwaar. Met het reclame- en sponsorverbod wordt voorkomen dat jongeren voor roken bestemde kruidenproducten gaan gebruiken en zo gezondheidsschade oplopen.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): Ook wordt er duidelijkheid gecreëerd voor het veld, omdat voor alle rookwaren dezelfde regels gelden.

Aantrekkelijkheid: Reclame vergroot de aantrekkelijkheid van de producten onder kinderen en jongeren. Smaakjes maken de producten aantrekkelijk voor jongeren om te gebruiken. Een verbod op reclame en sponsoring zal de aantrekkelijkheid verminderen.

(Kamerstuk II, 35321, nr. 3, 2019)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord.

Doel: Het beschermen van burgers tegen de gevolgen van meerroken, het voorkomen dat jongeren beginnen met roken en het ondersteunen van rokers die willen stoppen met roken.

Maatregelen: Uitbreiding rookverbod met e-sigaretten met en zonder nicotine en het roken van de bestaande en toekomstige dampwaren en aanverwante producten.

Reden focus jongeren: Hoe jonger men begint met roken, hoe groter de kans op een verslaving en hoe lastiger het wordt om daarvan af te komen. Jongeren beginnen sneller als ze anderen zien roken.

Zichtbaarheid (marketing): Het voorkomen dat jongeren en kinderen met het gebruik worden geconfronteerd.

Sociale norm (pakket, zien roken): Het versterken van de sociale norm dat roken, dampen of het consumeren van tabak in elke andere vorm niet normaal is en het beschermen van jongeren.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): Alle maatregelen met betrekking tot het verminderen van het gemak van het e-sigarettengebruik, maken de e-sigaret minder aantrekkelijk.

Aantrekkelijkheid: Alle maatregelen met betrekking tot het verminderen van het gemak van het e-sigarettengebruik, maken de e-sigaret minder aantrekkelijk.

(Pennings et al., 2021)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord. Het ontmoedigen van het gebruik van e-sigaretten. Smaakstoffen bepalen voor een groot deel de aantrekkelijkheid van dit product. Alleen 16 smaakstoffen met de smaak tabak. Het doel is het bereiken van het doel van het Nationaal Preventieakkoord.

Doel: E-sigaretten minder aantrekkelijk maken, vooral voor jongeren, zodat ze minder gaan gebruiken: Onderzoek naar de smaakbepalende additieven in vloeistoffen voor e-sigaretten van het RIVM.

Maatregelen: Smaakjesverbod: Alleen nog 16 smaakstoffen met de smaak tabak toestaan. Smaakstoffen bepalen voor een groot deel de aantrekkelijkheid.

Reden focus jongeren: Het gebruik onder jongeren neemt toe, maar volwassenen geven voornamelijk aan e-sigaretten te gebruiken om te stoppen met roken. Jongeren doen dit vaker uit nieuwsgierigheid/noviteit. De diversiteit van de smaken is aantrekkelijk voor jongeren. De smaken verminderen de risicoperceptie van het product. Zowel rokers als niet-rokers vinden de zoete en muntachtige smaken het lekkerst.

Mogelijke gevolgen: Als de smaakjes bij e-sigaretten nog niet zodanig populair zijn onder de jongeren, gaat een verbod averechts werken, dus dat na een verbod de rookprevalentie stijgt (misschien is het al wel zodanig populair). Zelf smaakjes toevoegen aan de e-sigaretten met behulp van beschikbare (smaak) accessoires.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): Het smaakjesverbod vergroot de risicoperceptie en verlaagt de bereidheid om het proberen.

Aantrekkelijkheid: Smaken vergroten voor een groot deel de aantrekkelijkheid, daarom worden alleen nog bepaalde smaakstoffen toegestaan.

(Rijksoverheid, 2021)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord. Ontmoedigen van het gebruik van e-sigaretten om een rook- en tabaksvrije omgeving te krijgen en kinderen niet in aanraking te laten komen met tabaksproducten en nieuwe aanverwante producten. Het aanbod is groot en aantrekkelijk. De e-sigaret is schadelijk.

Doel: Aantrekkelijkheid verminderen. Het gebruik van e-sigaretten verminderen, vooral door jongeren.

Maatregelen: Verbod op smaakjes, behalve tabak. Het niet meer benoemen van de smaakstoffen op de verpakking (naast de neutrale verpakkingen). Ook de smaakbepalende additieven in andere onderdelen van e-sigaretten zijn verboden. Een duidelijk verbod die gemakkelijk te controleren is. Uitstalverbod en rookverbod.

Reden focus jongeren: Inzichten over schadelijkheid, mate van verslaving en aantrekkelijkheid van de e-sigaretten voor jongeren. Aanwijzingen voor gebruik onder jongeren. Dalende percentages, maar nog steeds zorgelijke percentages. Jongeren kunnen sneller verslaafd raken aan nicotine, terwijl er vaak een hoog nicotinegehalte zit in e-sigaretten. Hoe eerder jongeren worden blootgesteld aan nicotine, hoe groter de kans is dat ze verslaafd raken en hoe kleiner de kans is dat ze hier vanaf komen. De apparaten kunnen discreet worden gebruikt (zien er niet uit als sigaretten), kunnen een hoog nicotinegehalte hebben en zijn beschikbaar in smaken die jongeren aanspreken. Jongeren die een e-sigaret gebruiken, roken vaker sigaretten. De e-sigaret is geassocieerd met een toename van positieve gedachten over roken en de perceptie dat roken slecht is voor de gezondheid. De hand-mond bewegingen, het puffen, de inhalatie en de exhalatie vertonen overeenkomsten bij dampen en roken. Door deze gewoonten is het makkelijker om de overstap naar tabakssigaretten te maken. Door het gebruik van e-sigaretten met nicotine kunnen jongeren een nicotineverslaving ontwikkelen. Hoe eerder jongeren worden blootgesteld aan nicotine, hoe groter de kans is dat ze verslaafd raken en hoe kleiner de kans dat ze hier vanaf komen. De aantrekkelijkheid zit ook in het aanbod in zoete en fruitige smaakjes, daarnaast maskeert het de bittere nicotine smaak. Mensen denken onterecht dat zoete smaken zoals snoep en fruit minder schadelijk zouden zijn.

Mogelijke gevolgen: Gebruik van smaakbepalende additieven in losse mondstukken en cartridges of andere onderdelen van de e-sigaretten. Mensen gaan over de grens hun producten halen of zelf smaakjes fabriceren en toevoegen (wat onverstandig is, maar houdt dat mensen tegen?)

Beschikbaarheid (handhaving): Het smaakjesverbod zorgt ervoor dat er nog enkel e-sigaretten op de markt kunnen komen die een tabakssmaak hebben.

Zichtbaarheid (marketing): Het uitstalverbod moet ervoor zorgen dat e-sigaretten uit het zicht worden ontnomen. Het rookverbod zorgt ervoor dat niet overal meer e-sigaretten kunnen worden gebruikt. De vele beschikbare smaakjes vormen een onderdeel van de marketing van e-sigaretten.

Sociale norm (pakket, zien roken): Het smaakjesverbod zorgt voor minder aantrekkelijkheid van e-sigaretten en vermindert de mogelijkheid om het product te onderscheiden van andere tabaks- en aanverwante producten. Daarmee kan er ook minder reclame worden gemaakt voor deze producten.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): Het rookverbod zorgt ervoor dat niet overal meer e-sigaretten kunnen worden gebruikt. Het reguleren van smaakjes zorgt ervoor dat het gebruik ontmoedigd wordt en het bewustzijn van de schadelijkheid vergroot. Dit levert gezondheidswinst op.

Aantrekkelijkheid: Het smaakjesverbod zorgt voor minder aantrekkelijkheid van e-sigaretten en vermindert de mogelijkheid om het product te onderscheiden van andere tabaks- en aanverwante producten. Daarmee kan er ook minder reclame worden gemaakt voor deze producten. Het

verminderen van de aantrekkelijkheid, waar smaakjes een groot deel van uitmaken, levert gezondheidswinst op.

(RIVM, 2014)

Aanleiding: Deze producten zijn bedoeld om gebruikers snel van nicotine te voorzien zonder hen bloot te stellen aan de vele schadelijke chemicaliën die zich in traditionele sigaretten bevinden. Per trekje lijkt de e-sigaret even duur, maar ze kunnen heel duur zijn. Met de prijzen van sigaretten tegenwoordig kan er wel een verschil zijn in prijs per trekje. Slechts 27% van de Europeanen denkt dat e-sigaretten schadelijk zijn voor mensen die het gebruiken.

Reden focus jongeren: Marketing is gericht op jongeren. Sommige e-sigaretten lijken helemaal niet op gewone sigaretten en worden aangeboden in verschillende, aantrekkelijke kleuren en smaken. Sommige e-sigaretten hebben daarnaast blitse knopjes of lampjes, waardoor ze meer op een hebbedingetje lijken dan op sigaretten. Sommige ontwerpen lijken meer op kleurpennen. Daarnaast hebben de meeste e-sigaretten geen waarschuwingsetiket. De e-sigaret is overal te koop. De e-sigaret valt niet onder de tabakswetgeving. Verder is er nog geen echte controle op de leeftijdsgrens.

(RIVM, 2018a)

Aanleiding: Aantrekkelijkheid van e-sigaretten door de uitgebreide keuze aan smaken, met name de zoete en fruitige smaken.

Doel: Inzichtelijk krijgen welke aspecten van het design van de e-sigaret de aantrekkelijkheid vergroten.

Maatregelen: Gezondheidswaarschuwingen

Reden focus jongeren: De e-sigaret kan voor jongeren een opstap zijn naar het gewoon roken. De smaken van e-sigaretten vergroten de aantrekkelijkheid voor jongeren en worden daarom gezien als een risico voor jongeren tot gebruik van de e-sigaret met mogelijke opstap naar het roken van tabakssigaretten. Naarmate de leeftijd van gebruikers stijgt, wordt de smaak minder belangrijk gevonden. De uitgebreide keuze aan smaakjes is een risico voor jongeren.

Beschikbaarheid (handhaving): Er is een grote diversiteit aan e-sigaretten te koop.

Zichtbaarheid (marketing): De winkels, webshops, uitstraling van de e-sigaret en merknamen richten zich op specifieke doelgroepen, zoals hipsters, jongeren, mannen of vrouwen.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): De gezondheidswaarschuwingen op de verpakkingen van e-sigaretten en e-liquids hebben effect en zullen leiden tot minder gebruik, vooral bij jongeren.

Aantrekkelijkheid: Er is een brede diversiteit aan e-sigaretten te koop. De jongeren vinden de e-liquids met nicotine onaantrekkelijk, juist vanwege de angst voor het verslavende effect. De gezondheidswaarschuwingen op de verpakkingen van e-sigaretten en e-liquids zijn onaantrekkelijk voor jongeren en 'dual users', en zullen leiden tot minder gebruik.

(RIVM, 2021)

Aanleiding: Aankondiging smaakjesverbod.

Doel: Het minder aantrekkelijk maken van e-sigaretten voor jongeren en daarmee het gebruik en bijbehorende gezondheidsrisico's onder deze groep beperken.

Maatregelen: Smaakjesverbod

Reden focus jongeren: Jongeren vinden de zoete en munt-achtige smaken veel lekkerder dan tabaksmaken. De e-sigaretten worden steeds populairder onder jongeren. Het kan voor jongeren een opstapje zijn om tabak te gaan roken.

Mogelijke gevolgen: Zo zullen jongeren en niet-rokers minder snel e-sigaretten gaan gebruiken en wordt de kans op schadelijke gezondheidseffecten ervan kleiner. Ook zal de e-sigaret door een dergelijk verbod een minder aantrekkelijk alternatief worden voor rokers die willen stoppen met roken.

Beschikbaarheid (handhaving): Grote beschikbaarheid aan verschillende e-liquids met 245 verschillende smaken. De grote beschikbaarheid maakt dat mensen beginnen met e-sigaretten.

Aantrekkelijkheid: Smaken van e-liquids smaken e-sigaretten aantrekkelijker. Mensen die nog nooit hebben gerookt of gedampt, hebben vooral een voorkeur voor zoete en menthol/munt-smaken. Het verbieden van smaakjes vermindert de aantrekkelijkheid van e-sigaretten en zorgt ervoor dat niet-rokers en jongeren minder snel e-sigaretten gaan gebruiken, waardoor de kans op gezondheidsschade kleiner wordt.

(Schaap et al., 2023)

Aanleiding: Het tabaksontmoedigingsbeleid en de kennis over de schadelijkheid van e-sigaretten.

Doel: Feiten over productkenmerken, schadelijkheid, gebruikers, impact op de volksgezondheid en wet- en regelgeving van e-sigaretten samen te vatten.

Maatregelen: Product- en verpakkingseisen. Smaakjesverbod.

Reden focus jongeren: Smaakstoffen verbeteren de smaak van e-sigaretten en vergroten de aantrekkelijkheid hiervan, vooral bij jongeren.

Beschikbaarheid (handhaving): Jongeren en volwassenen geven aan e-sigaretten te gebruiken vanwege de lagere kosten in vergelijking met tabakssigaretten.

Sociale norm (pakket, zien roken): (jonge) mensen beschouwen het e-sigaretgebruik als deel van hun sociale identiteit. Er is dus sprake van sociale invloed. De aantrekkelijke vormgeving, het gebruiksgemak, de vele beschikbare smaakjes en het kleine formaat dragen bij aan de populariteit van e-sigaretten.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): De risicoperceptie bij e-sigaretten wordt groter na een smaakjesverbod. Nu is deze nog erg laag onder jongeren en volwassenen. Jongeren zien e-sigaretten als minder verslavend en minder schadelijk, maar niet zonder gezondheidsrisico's. Dit komt mede door het design van de verpakkingen. Hierdoor worden gezondheidsrisico's onderschat.

Aantrekkelijkheid: De e-sigaretten worden minder aantrekkelijk en minder lekker na een smaakjesverbod

(Troelstra, Croes et al., 2020)

Aanleiding: De e-sigaretten bevatten schadelijke stoffen en blijken schadelijker en onveiliger dan gedacht. Er is een groot aanbod aan e-sigaretten en vloeistoffen.

Doel: Het ontmoedigen van het gebruik van e-sigaretten en het beperken van het gebruik tot de groep rokers die het echt niet lukt om te stoppen met roken met de bewezen effectieve hulpmiddelen.

Maatregelen: Tabaksproductierichtlijn en Tabaks- en Rookwarenwet, leeftijdsgrens, verkoopbeperkingen, rookverbod en eisen aan reclame, promotie, ingrediënten, verpakking, gezondheidswaarschuwingen en veiligheid.

Reden focus jongeren: Aanwijzingen voor gebruik onder jongeren. Het gebruik van e-sigaretten is voor jongeren een opstap naar het gewoon roken. Hoe eerder jongeren in aanraking komen met nicotine, hoe groter de kans op verslaving en hoe kleiner de kans dat ze hier vanaf komen.

Mogelijke gevolgen: Een verbod op smaakje kan volwassenen ontmoedigen die willen stoppen met roken om een e-sigaret te gebruiken.

Beschikbaarheid (handhaving): Er is een grote verscheidenheid aan modellen e-sigaretten met veel verschillende e-liquids. Daarnaast is de e-sigaret gemakkelijk verkrijgbaar. Ook zijn e-sigaretten goedkoper dan sigaretten, wat een motief is voor mensen om te beginnen met e-sigaretten.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): De smaakjes vergroten de bereidheid om te beginnen met het e-sigarettengebruik.

Aantrekkelijkheid: De smaakstoffen en de vormgeving vergroten de aantrekkelijkheid van een e-sigaret. Mensen vinden e-sigaretten lekkerder dan gewone tabaksproducten.

(VWS, 2022a)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord: ontmoedigen gebruik e-sigaretten. De uitgebreide keuze aan smaakjes maken de e-sigaretten aantrekkelijk. De e-sigaretten zijn opstapprodukten naar tabak.

Doel: Het beschermen van de volksgezondheid, voornamelijk die van jongeren. Rook- en tabaksvrije omgeving. Kinderen moeten rookvrij op kunnen groeien, inclusief dat van e-sigaretten. E-sigaretten minder aantrekkelijk maken, voornamelijk voor jongeren, zodat ze minder gaan gebruiken. Het gebruik minderen door jongeren. Alleen laten gebruiken door mensen die willen stoppen met roken. het minder aantrekkelijk maken voor de jongeren, zodat ze minder gaan gebruiken.

Maatregelen: Smaakjesverbod: alleen nog 16 smaakstoffen toestaan in vloeistoffen en in onderdelen van e-sigaretten. De smaak moet duidelijk zijn op de e-sigaret, geen andere smaak dan tabak, mag worden vermeld of afgebeeld. De tabakssmaak mag niet met toevoegingen aantrekkelijker worden gemaakt. Smaken anders dan tabak verbieden. Het beperken van het aantal beschikbare smaken, geen

zoete en fruitige, dan alleen tabak om mensen minder te verleiden om e-sigaretten te kopen. Ook mag op de verpakking niet worden verwezen naar smaakstoffen of smaken anders dan tabak.

Reden focus jongeren: Signalen dat het gebruik van e-sigaretten toeneemt onder kinderen en jongeren. Bezorgdheid hierover gezien de schadelijkheid van de e-sigaret. De smaakjes maken de e-sigaretten aantrekkelijk voor jongeren. Jongeren kunnen sneller verslaafd raken aan nicotine en kunnen er moeilijker vanaf komen als ze verslaafd zijn. Zorgen over toename gebruik 'vapes'. Betaalbare wegwerp e-sigaret met verschillende kleuren en smaken. Ondanks de leeftijdsgrens worden de door jongeren aantrekkelijke en onschuldige lijkende vapes inmiddels al op middelbare scholen gebruikt. Trimbos waarschuwt voor de gevolgen van e-sigaretten, met name voor jongeren. Het blijkt dat een kwart van de jongeren t/m 16 jaar weleens een e-sigaret heeft gebruikt. Dit percentage is dalend, maar blijft hoog. Zorgen om het gebruik door jongeren, mede doordat jongeren sneller verslaafd kunnen raken aan nicotine. Ook vergroot het de kans om ooit tabak te gaan gebruiken. De uitgebreide keuze aan smaken maakt het aantrekkelijk. Daarnaast denken mensen ook onterecht dat zoete smaken zoals soep en fruit e-sigaretten minder schadelijk maken. Het kan de bittere smaak van nicotine maskeren. De beschikbaarheid wordt geassocieerd met een toegenomen bereidbaarheid om e-sigaretten te proberen.

Mogelijke gevolgen: Omzeilen van regels door meer te richten op de conserveringsmiddelen of zuren, die ook smaak kunnen hebben, in plaats van de smaakbepalende additieven. Grensoverschrijdende (illegale) verkoop en zelfproductie. Dit zijn mensen die moedwillig de regels om gaan zeilen. Verwachting is dat maar een klein deel hiertoe over zal gaan. Ze zijn nog bezig met de online verkoop.

Beschikbaarheid (handhaving): De beschikbaarheid wordt geassocieerd met een toegenomen bereidbaarheid om e-sigaretten te proberen.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): Daarnaast denken mensen ook onterecht dat zoete smaken zoals soep en fruit minder schadelijk maken.

Aantrekkelijkheid: De uitgebreide keuze aan smaken maakt het aantrekkelijk. Het beperken van de beschikbare smaken zorgt ervoor dat mensen minder verleid worden om e-sigaretten te kopen.

(VWS, 2022b)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord. Het creëren van een rookvrije generatie en een rook- en tabaksvrije omgeving. Nieuwe inzichten over de schadelijkheid, mate van verslaving en aantrekkelijkheid van e-sigaretten voor jongeren.

Doel: Aantrekkelijkheid van e-sigaretten verminderen, met name voor jongeren.

Maatregelen: Smaakjesverbod: verbod op smaakbepalende additieven, behalve die met een tabakssmaak. Extra regels voor de verpakking met betrekking tot smaken, afbeeldingen en namen.

Reden focus jongeren: Kinderen kunnen door e-sigaretten verslaafd raken aan nicotine. Bezorgdheid over het aantal jongeren die e-sigaretten gebruiken. Jongeren raken sneller verslaafd aan nicotine en

kunnen er lastiger van af komen. Nicotine is schadelijk voor ontwikkelende hersenen. Sprake van dual use onder jongeren.

Mogelijke gevolgen: Het risico bestaat dat de grensoverschrijdende verkoop en de zelfproductie toenemen. Waarschijnlijk zal slechts een klein deel van de consumenten hiertoe overgaan.

Beschikbaarheid (handhaving): Er is een groot aanbod aan smaakjes. De beschikbaarheid van de aantrekkelijke smaken zorgt voor een toenemende bereidheid om e-sigaretten te proberen.

Zichtbaarheid (marketing): De beschikbaarheid van de aantrekkelijke smaken zorgt voor een toegenomen blootstelling aan tabakssigaretten. De namen van smaken maken deel uit van de online marketing die aansluit bij het taalgebruik op sociale media. Ook kunnen de namen zorgen voor misleiding over ingrediënten van het product.

Bewustwording (pakket, risico's, gemak): De zoete en fruitige smaakjes geven het idee dat deze e-sigaretten minder schadelijk zijn. E-sigaretgebruik is geassocieerd met een toename van positieve gedachten over roken en van de bereidheid om te gaan roken. Daarnaast is het geassocieerd met een afname met de perceptie dat roken gezondheidsrisico's heeft.

Aantrekkelijkheid: De smaakjes vergroten de aantrekkelijkheid van het gebruik van e-sigaretten. De e-sigaretten worden door de lekkere smaakjes minder vies gevonden.

(VWS, 2023a)

Aanleiding: Nationaal Preventieakkoord. Rookvrije generatie creëren in 2040.

Doel: Rookvrije generatie voor jongeren en volwassenen. Rokers moeten stoppen met roken en kinderen moeten niet in aanraking kunnen komen met tabaks- en aanverwante producten. Het verminderen van het aantal verkooppunten.

Maatregelen: Het pakket aan maatregelen om deze doelstelling te behalen. Aanvulling: verbod op (grensoverschrijdende) verkoop op afstand van tabaks- en aanverwante producten. Toekomst: 2024: Verbod op verkoop in supermarkten en horeca-inrichtingen. 2025: Verkoop van e-sigaretten uitsluitend in tabaksspeciaalzaken. 2032: Verkoop tabaks- en aanverwante producten uitsluitend in tabaksspeciaalzaken.

Beschikbaarheid (handhaving): Het verbod is een eerste stap in het verminderen van het aantal verkooppunten. Het beperken van de verkoopkanalen tot plekken waar doorgaans geen kinderen, jongeren en ex-rokers komen. Een verminderde beschikbaarheid via verkoopkanalen zorgt voor minder jongeren die beginnen met roken. Jongeren beschermen tegen de verleiding om te gaan roken en (impuls)aankopen te doen.

Zichtbaarheid (marketing): Het beperken van de verkoopkanalen tot plekken waar doorgaans geen kinderen, jongeren en ex-rokers komen.

Sociale norm (pakket, zien roken): Het verminderen van verkooppunten draagt bij aan de norm dat roken niet normaal is.

Bijlage 5: Analyse interviews

Beschrijving van het doel van het beleid

Het doel van het beleid is toegelicht aan de hand van meerdere subdoelen die bijdragen aan het hoofddoel, namelijk het beschermen van de volksgezondheid. Hieronder zijn de doelen te vinden die de deelnemer hebben genoemd. Een overzicht hiervan is te vinden in Tabel 5.

D1: Bij de e-sigaretten kan je dat niet zo goed inschatten, omdat het gewoon nog niet een product is dat al zo lang op de markt is dat je de lange termijn gevolgen daarvan kan zien. Je kan ze wel voorspellen, maar je kan het helemaal zeker weten. Daar wil je de burgers natuurlijk voor beschermen, maar anderzijds opent het ook mogelijkheden voor bijvoorbeeld het stoppen met roken. De e-sigaret zou daarbij kunnen helpen. ... Smaakjes zijn heel erg populair onder jongeren en je wilt de jongeren beschermen, dus dan wil je een smaakjesverbod. (1, 4, 5 & 6)

D2: Het beleid zit dan in een soort van tweesprong tussen enerzijds wil je mogelijkheden openstellen omdat dat misschien wel kansen (stoppen met roken) biedt en anderzijds wil je ook burgers beschermen tegen nadelige gevolgen. Daar moet beleid een balans in vinden, gegeven de informatie die op dat moment beschikbaar is. ... Ze denk dat, vooral als je kijkt ook naar tabaksontmoediging en de rookvrije generatie, het idee om jongeren te beschermen altijd de meest belangrijke motivator en het beste frame is. Nu ook steeds meer jongere e-sigaretten gaan gebruiken, zie je dat in een keer veel meer mogelijkheden komen om wetgeving en beleid aan te passen, want het gaat over jongeren. (1, 2, 3, 4 & 5)

D3: De staatssecretaris zegt ook dat hij vooral wil voorkomen dat kinderen beginnen met e-sigaret. Je hebt natuurlijk ook het stukje dat de e-sigaret zou kunnen helpen bij het stoppen met roken. Daar is het beleid niet zozeer op gericht, dus het is vooral puur op die kinderen gericht. (4 & 7)

D4: Dat is ook om nog wel de rokers die willen overstappen op een e-sigaret die mogelijkheid te bieden. Het is dus niet zozeer hier op gericht, maar er wordt wel klein beetje rekening mee gehouden. Het belangrijkste probleem zijn die kinderen en daar is de overheid ook steeds meer mee bezig in hun beleid. ... Bij jonge kinderen, maar überhaupt ook bij kinderen en jongeren, wil je niet dat ze beginnen met het gebruik van middelen. ... Alles bij elkaar genomen is het doel het beschermen van kinderen, vooral tegen nicotineverslaving en tegen e-sigaret gebruik, wat ook weer een opstapje kan zijn naar het roken. ... en heel belangrijk is voor het doel, namelijk het beschermen van de kinderen. (4, 5 & 7)

D5: Het ministerie heeft met een aantal stakeholders in 2020 (of iets eerder) een document ondertekend om een rookvrije generatie te willen in 2040. Daarom moeten allemaal maatregelen

ingaan om het roken zoveel mogelijk terug te dringen. ... Het beleid is dus erop gebaseerd om de producten zo onaantrekkelijk mogelijk te maken voor de jeugd, zodat zij niet gaan roken of vaperen en om dus zo een rookvrije generatie te creëren in 2040. (2, 3, 6 & 7)

D6: De tabaks- en rookwarenwet en de product regulering bestaan al langer dan het nationaal preventieakkoord. Je ziet dat er een aantal doelen zijn. Ten eerste (van oudsher) is het zorgen dat er geen nieuwe rokers en dampers komen, dus ook geen jonge mensen. Ten tweede is het zorgen dat de schade door het overlast van het gebruik van die producten voor anderen wordt beperkt. Dat is vooral het rookverbod, dus dat je als niet-roker niet in de rook van een ander zit. Ten derde is dat de schadelijkheid van die producten zelf niet al te veel uit de hand loopt. Roken is alleen al zo slecht van zichzelf, maar ze houden toezicht dat het niet al te schadelijk wordt. ... Het VWS heeft nu de keuze gemaakt om in ieder geval de smaakjes te verbieden, omdat dat vooral voor de jongeren heel aantrekkelijk is. ... Als het ministerie van VWS een slimme palet aan maatregelen heeft bedacht die in de wettelijke eisen landen, dat zal meer naleving leiden tot minder aantrekkelijke producten en minder verkrijgbaarheid voor jongeren. Dit zal dat weer moeten bijdragen aan minder gebruik en minder rokers. (1, 3, 6 & 7)

D7: Het hoofddoel is dat ze de aantrekkelijkheid van die producten willen verminderen, met name voor jongeren. ... Echter, we willen het wel beschikbaar houden voor mensen die het echt per se willen gebruiken of niet met andere middelen dan e-sigaretten kunnen of willen stoppen met roken. Tegelijkertijd willen we de e-sigaret wel zo min mogelijk aantrekkelijk maken. De grootste focus is dus het minder aantrekkelijk maken. Daarnaast willen ze in eerste instantie al niet dat mensen eraan beginnen, omdat het dus een opstapje kan zijn en omdat het gewoon schadelijk is. ... Ze doen dit alles om de gezondheid van de Nederlanders te beschermen, maar ze richten zich met name op jonge mensen in dit geval. Je komt niet zo makkelijk van een nicotineverslaving af. Als je daar al heel vroeg mee begint, dan ben je vaak heel lang verslaafd. Daarom richt het beleid zich met name op die groep. Daar ligt de focus, vooral als het gaat over vapes. ... Wat wel duidelijk is, is dat het gewoon beter is om het niet te doen, dus het beleid is ook echt wel gericht op het dat zo min mogelijk mensen e-sigaretten gaan gebruiken. (1, 4, 6 & 7)

D8: Ze willen alleen niet dat kinderen beginnen, ... Hun doel daarbij is dat in 2030 aan kinderen geboren vanaf 2012 nooit meer sigaretten mogen worden verkocht. Dat is hetzelfde als wat in Nieuw Zeeland nu is ingesteld. De Rookvrije Generatie stelt dit pas in 2040. ... Met hun idee kan je nog steeds zeggen dat je die e-sigaretten op recept kan kopen voor mensen die willen stoppen met roken en dat als overbrugging naar het stoppen willen gebruiken. ... In het Nationaal Preventieakkoord is dit doel ook vastgesteld, maar dan voor in 2030 of nog later. ... Ze hebben met het regeerakkoord gezegd dat er een rookvrije generatie is in 2040. (2, 3, 4 & 7)

D10: Alleen het probleem is dat ook in e-sigaretten en in de vapes nicotine zit en daar zitten ook stoffen in waarvan we gewoon de schadelijkheid nog niet zo goed kennen en er zitten ook überhaupt schadelijke stoffen in die we wel kennen. Dat in combinatie met de marketing die vooral gericht is op jongeren, wat natuurlijk kwetsbare groepen is en waarvan je niet wil dat ze op jonge leeftijd een nicotine afhankelijkheid krijgen. Dat is waar ze onze zorgen vandaan komen. ... En dat het moeilijk is om daar echt goed gezondheidsbeleid op te voeren voor een overheid. ... Dan heb je ook de tabaksmaken. Die zijn meer voor mensen die naast het roken e-sigaretten gebruiken of willen stoppen met roken en het als hulpmiddel gebruiken. ... Ze hebben een aantal jaren geleden ook het preventieakkoord gehad rondom alcohol, tabak en overgewicht. (1, 3, 4 & 5)

Tabel 5: Beschrijving beleidsdoel omtrent e-sigaretten

Beschrijving doel van het beleid	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
1. Bescherming volksgezondheid / burgers	X	X				X	X			X
2. Rookvrije generatie		X			X			X		
3. Nationaal Preventieakkoord (rook- en tabaksvrije omgeving) / ontmoedigen		X			X	X		X		X
4. Gebruik beperken naar groep rokers die willen stoppen	X	X	X	X			X	X		X
5. Bescherming van de jongeren / kinderen	X	X		X			X			X
6. Minder aantrekkelijk maken van e-sigaretten	X				X	X	X			
7. Dat mensen / jongeren / kinderen er niet mee beginnen of het gebruik verminderen			X	X	X	X	X	X		

Reden focus jongeren

In de interviews zijn meerdere redenen genoemd waarom het beleid zich richt op jongeren. Hieronder zijn de redenen te vinden die de deelnemers hebben genoemd. Een overzicht hiervan is te vinden in Tabel 6.

D1: Nu zeker met de elektronische sigaret, die zo hip en mooi is en kleurtjes en geurtjes heeft, zijn het vooral de jongeren bij wie het grote gevaar ligt. Zeker omdat hun hersenen nog in ontwikkeling zijn en daar kan nicotine gewoon enorm de boel lopen verstoren, waardoor cognitie problemen kunnen ontstaan, waaronder concentratieproblemen in de klas. ... Smaakjes zijn heel erg populair onder jongeren en je wilt de jongeren beschermen, dus dan wil je een smaakjesverbod. Er komt in de toekomst een neutrale verpakking voor ook vapeartikelen, ook gericht op jongeren, zodat zij niet meer verleid worden door leuke sterretjes, hartjes, kleurtjes op verpakkingen en dat zij daarom het minder aantrekkelijk product gaan vinden. ... maar dat het voornamelijk een gevaar is voor jongeren en dat zij overstappen op roken. (1, 3, 5, 7 & 9)

D2: Ze denk dat, vooral als je kijkt ook naar tabaksontmoediging en de rookvrije generatie, het idee om jongeren te beschermen altijd de meest belangrijke motivator en het beste frame is. Nu ook steeds meer jongere e-sigaretten gaan gebruiken, zie je dat in een keer veel meer mogelijkheden komen om wetgeving en beleid aan te passen, want het gaat over jongeren. ... Daarin zien ze vooral ook dat er heel sterk veel dubbel gebruik is. ... Het is hoe jonger jongeren zo'n product gebruiken, hoe groter de kans is dat ze verslaafd raken en hoe minder goed ze die afweging kunnen maken. ... Er kan natuurlijk ook wel energie gestopt worden in de pro-roken en de pro-vapen norm, die op sommige plekken gewoon nog steeds wel heerst, om die norm omlaag te brengen. ... Als ze ook kijken naar hoe het e-sigaret gebruik zich steeds meer ontwikkeld, dan zien ze, naast de groep rokers die op zoek zijn alternatieven, ook gewoon een groep jongeren ontstaan voor wie dit een apart nieuwe product is, wat eigenlijk een beetje los staat van het roken, maar waar je wel heel goed een nicotineverslaving mee kan ontwikkelen, die het stapje naar sigaretten wel weer heel makkelijk maakt. (1, 2, 4, 5, 6, 8 & 10)

D3: Het grootste probleem is dat kinderen nu gaan beginnen met de e-sigaret. Het beleid richt zich daar ook wel steeds meer op, bijvoorbeeld door die smaakjes te verbieden. Dat is echt wel puur gericht op kinderen. ... Daar gaat de prevalentie ook omhoog. Het is dus eigenlijk een brede groep. ... Ze vindt wel hoe jonger het kind is, hoe minder ontwikkeld ze nog zijn en nicotine kan ook de ontwikkeling van de hersenen aantasten, dus die nicotine is nog gevaarlijker bij echt jonge kinderen. (1, 2, 3 & 6)

D4: Het zullen er niet veel zijn, maar ze horen af en toe wel geluiden dat er dus ook op de basisschool al e-sigaretten worden gebruikt. ... Dan heb je de maatregelen die nu worden ingevoerd. We weten

van smaakjes dat die de e-sigaret veel aantrekkelijker maken in het algemeen, maar met name voor kinderen en jongeren, vanwege die zoete fruit en snoep smaakjes. Met het verbieden ervan hopen ze de e-sigaretten minder aantrekkelijk te maken voor die groepen. ... Bij de 20 tot 30 jarigen zie je dat het e-sigaret gebruik toeneemt, maar ook het roken niet daalt. (1, 2 & 5)

D5: Je kunt zien dat het vaperen onlangs toch wel een vlucht heeft genomen onder de jeugd en dat dat sterk is toegenomen. (2)

D6: Het VWS heeft nu de keuze gemaakt om in ieder geval de smaakjes te verbieden, omdat dat vooral voor de jongeren heel aantrekkelijk is. (1)

D7: ... maar ze richten zich met name op jonge mensen in dit geval. Je komt niet zo makkelijk van een nicotineverslaving af. Als je daar al heel vroeg mee begint, dan ben je vaak heel lang verslaafd. ... Dat is dus niet zo veel, maar als je dan naar onder de 18 jaar kijkt, dan zie je dat die getallen veel hoger zijn. Het is dus ook een probleem die zich nu concentreert op de jonge groepen en die zal zich naarmate de tijd ook over de oudere doelgroepen gaan verspreiden. ... die vrij duidelijk hebben aangegeven dat e-sigaretten aantrekkelijk zijn voor jongeren. Dat komt door smaken, door het uiterlijk, door de verpakkingen en ook door de grote beschikbaarheid daarvan. ... omdat ze weten dat het gebruik van vapes wel een opstapje kan zijn naar normaal roken. (1, 2, 5 & 6)

D8: Het grootste probleem ligt bij de jongeren. Dat is de essentie. Als dit alleen voor oude mannetjes zou zijn die willen stoppen met roken en dan overgaan op vaperen dan zou je ze niet horen. Het gaat echt volledig om de markt gericht op kinderen. ... In feite zie je dat het aantal kinderen dat vaperen alleen nog maar toeneemt, dus er is nog niet echt iets effectiefs bereikt. Je kan aantonen dat de kans dat zij gewone sigaretten gaan roken drie keer zo groot is. Je kan aantonen dat er structurele en onherstelbare hersenveranderingen in het jonge brein plaatsvinden, wat leidt tot kleiner hersenvolume. ... Het is gewoon een totale rage onder kinderen. Kinderen gaan er vooral mee beginnen vanwege de smaakjes en bovenal om erbij te horen, gezellig met elkaar vaperen. Zij hebben niet door hoe snel ze dan verslaafd raken. ... Dan is het brein onrijp en heel gevoelig voor nicotine en verslaving. ... Ze weten dat de kans dat een kind gaat roken drie keer zo groot is, dat er sterke gateway effecten zijn en dat de planning en controle minder worden. ... Je kan zien aan het ontwerp, de kleurtjes en de smaakjes dat het op kinderen gericht is. Ze zien ook dat het werkt en dat de hele wereld er nu vol mee zit. ... Alleen zij vergelijken het met de schade van schone lucht, want kinderen van 12 zouden anders nooit zijn gaan roken. Het zijn ook kinderen die nu beginnen met vaperen die behoren tot de groep met een laag risico voor rookgedrag. Kinderen met hoogopgeleide ouders die zelf niet roken bijvoorbeeld. Het is een hele atypische groep ook die erbij is gekomen. (1, 2, 3, 5 6 7 9 & 10)

D9: Kenmerkend is dat ze echt zien dat het gericht is op jongeren. Althans, je ziet veel jongeren doen of je hoort er veel van. Daarbij weten ze ook dus dat jongeren kwetsbaarder zijn, dat op dat moment dat zij op jonge leeftijd beginnen met middelengebruik, dat het op latere leeftijd een grotere kans kan geven op verslaving of afhankelijkheid. ... maar het gaat vooral om dat die jongeren beginnen met het vpen , dat ze op die manier een afhankelijkheid ontwikkelen aan nicotine en daarmee dus de stap naar roken verkleinen. ... Als het gaat om de verhouding met oprechte problemen en angst over de hype denkt hij dat het met de e-sigaretten dat het nu regelmatig of vaak wel speelt. De aanvragen die vanuit het onderwijs of vanuit de stichtingen komen, zijn wel het concrete signalen, dus dat ze echt de jongeren zelf het hebben zien doen of ervaren hebben horen praten. (2, 5, 6, 7 & 9)

D10: Als het gaat over e-sigaretten en vpen dan zijn het natuurlijk voornamelijk de jongeren die het gebruiken op dit moment. ... Dat in combinatie met de marketing die vooral gericht is op jongeren, wat natuurlijk kwetsbare groepen is en waarvan je niet wil dat ze op jonge leeftijd een nicotine afhankelijkheid krijgen. ... Ze proberen scherp te zijn op de rages en hypes. Dat is niet om te bagatelliseren dat het wel degelijk voor sommige jongeren problemen is en dat het ook wordt gebruikt. Alleen hij merkt ook dat een stukje angst en een stukje hype wel meedoet in de beeldvorming. (2, 6, 7 & 9)

Tabel 6: Reden focus van het beleid op jongeren

Focus jongeren redenen	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
1. E-sigaretten zijn aantrekkelijk voor jongeren (smaakjes, kleuren, geuren, lampjes)	X	X	X	X		X	X	X		
2. Jongeren / kinderen gebruiken (steeds meer) vapes		X	X	X	X		X	X	X	X
3. Brein / hersenen van jongeren nog niet volledig ontwikkeld	X		X					X		
4. Beschermen van jongeren / kinderen als beste frame voor beleid		X								
5. Sprake van ‘ dual use ’ / gateway effect / opstap naar roken bij jongeren	X	X		X			X	X	X	
6. Grotere kans op verslaving / gezondheidsproblemen bij jongeren		X	X				X	X	X	X
7. De markt(eting) richt zich op jongeren / kinderen	X							X	X	X
8. Nieuwe soort doelgroep (jongeren die alleen vapes gebruiken)		X						X		
9. Het vaperen / de smaakjes zijn populair / een hype onder jongeren / kinderen	X							X		X
10. Het is een (sociale) norm geworden onder jongeren / kinderen		X						X		

Maatregelen

In de interviews zijn verschillende maatregelen genoemd die genomen worden of nog op de planning staan om het e-sigarettengebruik te verminderen. Hieronder zijn de maatregelen te vinden die de deelnemers hebben genoemd. Een overzicht is te vinden in Tabel 7.

D1: Dat soort vragen moeten zij ook eventjes beantwoorden en een beetje voorlichten. ... Ja, bijvoorbeeld het smaakjesverbod. Smaakjes zijn heel erg populair onder jongeren en je wilt de jongeren beschermen, dus dan wil je een smaakjesverbod. ... Handhaven op rookvrije plekken is sowieso niet altijd even goed. Denk maar op het station, waar mensen staan te roken op rookvrije tegels. ... Er komt in de toekomst een neutrale verpakking voor ook vapeartikelen, ook gericht op jongeren, zodat zij niet meer verleid worden door leuke sterretjes, hartjes, kleurtjes op verpakkingen en dat zij daarom het minder een aantrekkelijk product gaan vinden. ... Er zijn wel stoppen met roken coaches en die geven soms ook wel stoppen-met-vapen coaching. (4 7 10, 14 & 15)

D2: Een deel zit er in kennis vergaren. Dat is ook een taak die zij dan hebben. Dat bestaat uit het goed bijhouden van de literatuur en de internationale ontwikkelingen. Er zijn verschillende landen met best wel uiteenlopend beleid als het gaat om een sigaretten. ... Het is goed dat voor beleid en ook over het algemeen duidelijk is dat e-sigaretten zoveel mogelijk worden meegenomen in het tabaksbeleid ... Wat er verder gebeurt is dat ze wel om advies gevraagd worden, voornamelijk vanuit het onderwijs en zorgprofessionals. ... Ze proberen ook hun voorlichting richting het publiek en zorgprofessionals daarin te verbeteren. ... Het smaakjesverbod gaat een hele belangrijke stap zijn. ... Het doet echt wel iets dat soort rookverboden. ... Daarnaast moet ook de online verkoop, vooral via sociale media, worden aangepakt. Maar goed, dat is een vraagstuk op zich, hoe je dat op een goede manier gaat doen. Dat is het ook buiten hun invloedssfeer. Als ze kijken naar wat voor signalen zij ontvangen, dan speelt de online verkoop een hele grote rol. (1, 2, 4, 7, 8 & 14)

D3: De belangrijkste is het smaakjesverbod, wat dus officieel al is ingegaan op 1 januari. ... Het (beperken van de verkoop) gaat het eerst gebeuren met e-sigaretten. De verkoop van normale sigaretten wordt pas in 2030 afgebouwd en in 2032 mag dat alleen nog maar in tabaksspecialzaken worden verkocht. ... Het is bijvoorbeeld ook zo, je mag geen reclame maken voor e sigaretten, maar op Instagram gebeurt dat bijvoorbeeld met influencers die dan niet heel groot zijn en die niet weten dat ze daar geen reclame voor mogen maken. ... zoals een neutraal uiterlijk. ... Verder heb je nog de online verkoop. Het is niet het belangrijkste, maar er wordt nu heel veel via Snapchat en andere sociale media verkocht aan jongeren onderling verkocht, dus op het stukje handhaving is daar nog veel te winnen. (7, 6, 9 & 10)

D4: Ze is het eens dat het smaakjesverbod de belangrijkste is. ... Dat is het rookverbod, die in 20202 is uitgebreid naar e sigaretten, dus overal waar je in de publieke ruimte niet mag roken mag je ook geen e sigaret gebruiken. Verder heb je de minimumleeftijd, dus je moet 18 jaar zijn om de producten te kunnen kopen. Die geldt ook al heel lang voor e-sigaretten. Verder heb je het reclameverbod, dus je mag geen reclame maken voor sigaretten. Je hebt het aantal verkoop beperkingen, die staan allemaal in de tabakswet. Veel van die maatregelen die voor tabak gelden, gelden inmiddels ook voor e-sigaretten. Dan heb je de maatregelen die nu worden ingevoerd en ook het smaakjesverbod, die nu half is ingevoerd en heel belangrijk is voor het doel, namelijk het beschermen van de kinderen. Dan zijn er nog een aantal andere maatregelen die eraan komen, zoals de neutrale verpakkingen en het neutrale uiterlijk van de e-sigaret zelf. ... Verder is de verkoop van e-sigaretten alleen toegestaan in speciaalzaken vanaf 2025. ... Het is ook heel belangrijk, zeggen ze ook altijd bij roken, maar dus ook bij e-sigaretten, dat je een breed pakket aan maatregelen invoert. ... De online verkoop van e-sigaretten en ook van tabak is vanaf 1 juli verboden in Nederland. (2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10 & 11)

D5: De nieuwste maatregel die dit weekend ingaat is het internet verkoopverbod. Daarnaast heb je het smaakjesverbod. ... Dat doen ze bij de leeftijdsgrens bijvoorbeeld door te werken met test kopers. ... Daarnaast focussen ze als ze in een winkel komen of de vapes niet heel erg afgebeeld staan of op de toonbank worden tentoongesteld, waardoor dat het eerste is wat een koper ziet, dus ze moeten uit het zicht zijn. (3, 5, 6, 7 & 8)

D6: Dat is vooral het rookverbod, dus dat je als niet-roker niet in de rook van een ander zit. ... Bijvoorbeeld met de leeftijdsgrens, dus dat het niet aan jongeren wordt verkocht. Daarbij controleren ze vooral of vapes niet aan jongeren verkocht worden. Het smaakjesverbod gaat straks in. Bij het reclameverbod kijken ze of de vapes niet zomaar overal op de toonbank staat in de winkels. Dat valt onder het reclameverbod. ... Vanaf 1 juli wordt het online verkoopverbod geïntroduceerd. Er komt ook een smaakjesverbod. ... Dan moet je meer op voorlichting gaan zitten in eerste instantie, daarna ga je pas handhaven. ... Dat moet je, vanuit de sociologie, met een multidisciplinaire aanpak zinvol maken. Daar maakt handhaving onderdeel van, maar ook voorlichting en andere zaken. (3, 4, 5, 6, 7, 8, 11 & 14)

D7: Dat doen we dus bijvoorbeeld met wetgeving, zoals het smaakjes verbod en regels voor verpakkingen. ... Ze doen ook nog publiekscampagnes die deze focus proberen te ondersteunen. ... Ze doen bijvoorbeeld ook ervoor zorgen dat er minder verkoopkanalen zijn. Daarnaast hebben ze ervoor gezorgd dat je niet in de openbare ruimte e-sigaretten mag gebruiken, dus een rookverbod voor alle soorten sigaretten. Ze proberen dus eigenlijk ook de e-sigaretten zoveel mogelijk gelijk te trekken met de regels voor normale tabaksproducten. Nagenoeg alles hebben ze eigenlijk al voor beide producten ingevoerd. Daarbij gaan ze nog de neutrale verpakkingen invoeren voor e-sigaretten. ... Daarnaast kan

je ook aan voorlichting denken Ze proberen ook ervoor te zorgen dat er zorg is voor mensen die ermee willen ophouden. ... Dan zijn de meest belangrijke de aantrekkelijkheid, de prijs en de beschikbaarheid, maar ook bijvoorbeeld het reclameverbod en het rookverbod. ... Het gaat echt om het pakket. Als je één ding doet, heeft dat niet zoveel zin. Dat hebben ze ook altijd gezegd dat één losse maatregel, bijvoorbeeld alleen een neutrale verpakking en voor de rest niks doen, niet werkt. Je moet het allemaal tegelijkertijd doen. Dan gaat het over dat ze én duur zijn én dat je ze niet meer op elke straathoek kunt kopen én dat je geen reclame meer ziet in het straatbeeld én dat ze minder lekker smaken én dat ze er minder aantrekkelijk uitzien. ... Wat ze ook doen is dat ze met hun internationale collega's praten met andere landen die ook met het probleem zitten. Die dragen ook oplossingen aan en daar is ook uitwisseling in op Europees niveau en op wereldniveau. Bij wereldniveau kan je denken aan de WHO. Op die manier ga je vanuit de wetenschappelijke kennis adviezen schrijven. (1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 & 15)

D8: ... dat er geld is gekomen vanuit VWS, dus ze werkt ook mee aan de “artsen slaan alarm acties”, wat ook over de e-sigaret gaat. ... Wat zij gaan toevoegen met de artsen slaan alarm is dat je vooral ouders gaat leren hoe je met je kind over vaperen kan praten en dat meer bekend wordt van de risico's van het vaperen. ... Er is een online (verkoopverbod), Het smaakjesverbod zou al per juli ingevoerd zijn, Daarvoor moet je wel goede handhaving hebben en moeten de kleuren en de smaakjes er vanaf zijn. Daar is VWS mee bezig. ... De maatregelen die het meest effectief zijn, zijn de smaakjes verbieden, handhaving van de leeftijd en het online verkoopverbod. ... Je ziet dat de supermarkten al hun verkooppunten moeten sluiten volgend jaar. (3, 7, 8, 9, 10, 13 & 14)

D9: Ze hebben wel een project dat heet Connect, waarbij ze eigenlijk voorlichting geven aan jongeren door middel van andere jongeren. Dit zijn dan wat algemenere voorlichtingen, dus er gaat een stukje over wat is verslaving, wat zijn drugs, wat kunnen de risico's zijn, hoe ziet het traject van gebruik naar misbruik naar verslaving eruit, maar er komen ook zeker wat middelen aan bod. ... Door middel van informatie verschaffing hopen ze die problemen dus eigenlijk te voorkomen. ... Eén van de beleidsmaatregelen die is ingevoerd is dat eigenlijk overal waar een rookverbod geldt eigenlijk ook een verbod geldt op het gebruik van e-sigaretten. ... ‘Als je een e-sigaret zou gebruiken, welke smaak wil je dan proberen?’. Daar zie je inderdaad dat ik echt wel vooral gaat om de smaakjes en niet de tabakssmaak. In die zin kan het een goede maatregel zijn. (4, 7 & 14)

D10: Hij probeert de kennis goed in de gaten te houden, te kijken wat ze daarmee moeten, wat een beetje de cijfers zijn en wat de achtergrond is om te kijken hoe ze daar het beste op kunnen inzetten. ... Met zo'n smaakjesverbod, dat is wel weer een stap in de goede richting en met de minimumleeftijd. ... Het is nog te snel om te zeggen welke impact bijvoorbeeld het smaakjesverbod, de leeftijdsgrens of het rookverbod gaat hebben. ... De online verkoop is nu natuurlijk ook verboden, dus je mag niet meer

via online shops verkopen. ... Dus moet je ervoor zorgen dat er geen marketing meer omheen kan spelen. ... Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat het niet in het zicht ligt bij de supermarkten bij de winkel, dat via sociale media geen reclame gemaakt kan worden, dat de prijs omhoog gaat, dus meer accijns erop heffen en dat de beschikbaarheid omlaag gaat, dus echt specialistische winkels die het verkopen, dat er geen lekkere smaakjes meer zijn en dat het niet meer online verkocht mag worden. ... Het is ook van belang om een beetje voorzichtig zijn met de meer algemene voorlichtingen of groepsvoorlichting o.i.d.. Daar zijn wel voorzichtig mee, dus dat je bijvoorbeeld niet een klas van 30 jongeren gaat vertellen over snus en vapes of e-sigaretten en er maar twee uit die klas het hebben geprobeerd of gebruikt. ... Goed beleid is gestoeld op een aantal stoelpoten. Dan is het verlagen van de beschikbaarheid, verhogen van de prijs en een verbod op reclame bijvoorbeeld (verminderen zichtbaarheid). ... Dit gaat over het verminderen van de beschikbaarheid, het verbod op reclame en het verhogen van de prijs. (1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11 & 14)

Tabel 7: Maatregelen die genomen worden in het beleid omtrent e-sigaretten

Maatregel (context)	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
1. Kennis vergaren		X					X			X
2. Onderdeel van tabaks- en rookwarenwet		X		X			X			
3. Leeftijdsgrens				X	X	X		X		X
4. Uitbreiding rookverbod	X	X		X		X	X		X	X
5. Uitstalverbod (uit het zicht, niet op de displays/toonbank)					X	X				X
6. Reclame- en sponsorverbod			X	X	X	X	X			X
7. Smaakjesverbod	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8. Online verkoopverbod		X		X	X	X	X	X		X
9. Verkoop beperken tot speciaalzaken (toekomst)			X	X			X	X		X
10. Neutrale verpakkingen / uiterlijk (in de toekomst)	X		X	X			X	X		
11. Het pakket aan maatregelen				X		X	X			X
12. Overige product- en verpakkingseisen							X			
13. Campagnes / acties							X	X		
14. Voorlichting / advies	X	X				X	X	X	X	X
15. Stoppen-met-vapen hulp	X						X			

Mechanisme

In de interviews zijn de achterliggende mechanismen van het beleid omtrent e-sigaretten toegelicht met daarbij de context (de maatregelen die hiervoor nodig zijn). Hieronder staan de mechanismen die de deelnemers hebben belicht met de bijbehorende maatregelen. Een overzicht is te vinden in Tabel 8 en Tabel 9.

D1: (neutrale verpakkingen) Er komt in de toekomst een neutrale verpakking voor ook vape artikelen, ook gericht op jongeren, zodat zij niet meer verleid worden door leuke sterretjes, hartjes, kleurtjes op verpakkingen en dat zij daarom het minder een aantrekkelijk product gaan vinden. ... (uitbreiding rookverbod) Het moedigt daarnaast het vapegebruik aan. Dat zagen ze ook al in de monitor met de redenen waarom de mensen zijn begonnen met vaperen. Dat ging veelal over het gebruiksgemak. Je kan binnen vaperen. Het kan eigenlijk overal, maar eigenlijk kan en mag het niet overal. ... (uitbreiding rookverbod) Als je ook vaperen verboden maakt op plekken waar je niet mag roken, dan geef je ook wel een signaal van "Dit is niet goed, dit gedrag van vaperen". Dat maakt het toch wel iets serieuzer. Daarnaast speelt het in op de kennis over de gezondheidsrisico's. Als iets niet verboden is, dan lijkt het ook alsof het niet erg is, maar als iets verboden wordt, dan ga je misschien al beter nadenken over waarom het verboden is. Het is slecht voor je, dus mensen gaan vaperen misschien als een serieuzer probleem zien als dat ze voorheen deden. (1, 3, 4 & 5)

D2: (vergroten van kennis en voorlichting) Verder is er in eerste instantie toch nog best wel een groep Nederlanders is die niet zo goed weet wat het is. Dat maakt het ook lastiger voor mensen om elkaar daar dan op te wijzen. ... (neutrale verpakkingen en smaakjes) Die onschuldigheid komt ook heel sterk door de verpakking, de smaakjes en de snoepwinkel associaties. ... (tabaks- en rookwarenwet) Het is goed dat voor beleid en ook over het algemeen duidelijk is dat e-sigaretten zoveel mogelijk worden meegenomen in het tabaksbeleid, dus dat zoveel mogelijk dezelfde regels gelden, omdat je anders ook vertroebeling krijgt. Als je in een park wel mag vaperen, maar niet mag roken, dan snappen mensen dat niet. Het maakt het ook een stuk ingewikkelder om te handhaven. ... (uitbreiding rookverbod) Het doet echt wel iets dat soort rookverboden, maar 100% handhaving en dat op een zelfsturende manier maken, dus dat mensen elkaar corrigeren, dat blijft gewoon heel lastig. Het is ook deels een kwestie van tijd. Er kan natuurlijk ook wel energie gestopt worden in de pro-roken en de pro-vaperen norm, die op sommige plekken gewoon nog steeds wel heerst, om die norm omlaag te brengen. Hoe minder vaak het gebeurt en hoe kleiner de groep is die wel zo'n rookverbod overtreedt, hoe makkelijker en hoe sneller mensen daarop gaan reageren. (2, 4, 6 & 8)

D4: (uitbreiding rookverbod) Het doel van het rookverbod is het zorgen dat in de publieke ruimte niet gerookt wordt, zodat kinderen het niet zien en je ook niet kan meeroken, waarbij je de schadelijke rook van anderen inademen. ... (uitbreiding rookverbod, minimumleeftijd, reclameverbod) Je hebt alleen

nog steeds het zien roken doet roken, dus het voorbeeld effect voor kinderen. Dat wil je ook voor e-sigaretten niet hebben, daarom is het heel goed dat het rookverbod is uitgebreid. De minimumleeftijd, het doel daarvan is dat je niet wil dat kinderen of jongeren onder de 18 jaar die schadelijke producten kunnen kopen, zowel tabaksproducten als e-sigaretten. Het reclameverbod is hetzelfde verhaal, namelijk je wilt niet dat e-sigaret fabrikanten reclame kunnen maken voor e-sigaretten en zo het voor jongeren weer interessanter kunnen maken. ... (smaakjesverbod, neutrale verpakking, reclameverbod) We weten van smaakjes dat die de e-sigaret veel aantrekkelijker maken in het algemeen, maar met name voor kinderen en jongeren, vanwege die zoete fruit en snoep smaakjes. Met het verbieden ervan hopen ze de e-sigaretten minder aantrekkelijk te maken voor die groepen. Verpakkingen kunnen een soort van reclame tool zijn. ... (neutraal uiterlijk, verkoop beperken) Dan het uiterlijk van de producten zelf. ... Dat maakt allemaal de producten aantrekkelijker voor kinderen. Dat voorkom je met een neutraal uiterlijk. Zo voorkom je ook de felle kleurtjes, die ze nu ook in Nederland al hebben. Ten slotte is het alleen nog verkopen in speciaalzaken ook om te zorgen dat kinderen er zo min mogelijk mee in aanraking komen of eigenlijk bijna niet, want wat hebben ze te zoeken in een tabaksspeciaalzaak? Als dat alleen nog maar bij één verkooppunt mag, dan kun je ook veel beter toezien op de handhaving, bijvoorbeeld op die leeftijdsgrens van 18 jaar. Dat is ook een achterliggende gedachte daarbij. ... (pakket aan maatregelen) Het is alleen ook heel belangrijk om in een breed perspectief te kijken, dus ook naar geen reclame meer, het niet zien in de openbare ruimte, het niet mogen kopen onder je 18e en die verpakkingen aanpakken. Door al die facetten bij elkaar te reguleren, denken ze dat je het meeste kunt bereiken, dus je komt er niet met alleen een smaakjesverbod. (3, 4, 8, 10, 11 & 12)

D5: (Uitstalverbod en reclameverbod) Daarnaast focussen ze als ze in een winkel komen of de vapes niet heel erg afgebeeld staan of op de toonbank worden tentoongesteld, waardoor dat het eerste is wat een koper ziet, dus ze moeten uit het zicht zijn. (11)

D6: (smaakjesverbod) Toen zijn het VWS en het RIVM met 16 toegestane stoffen gekomen. Eerst waren dit er 23 en later werden dit 16 toegestane stoffen. Dit is dan heel objectief om te beoordelen of die stoffen er wel of niet in zitten. Het is nog uitgebreid. Het gaat niet alleen over die stoffen, maar ook over de verpakking. Je mag niet op de verpakking zetten dat er aardbeismaak in zit of iets wat daar naar hint. Daarmee is het heel concreet geworden wat wel of niet mag. Het is ook makkelijk in de handhaving om visueel te beoordelen. Er zit bijvoorbeeld wel of geen aardbei op de verpakking of er staat wel of niet in de ingrediëntenlijst wat erin zit. Dat maakt het objectief en makkelijk handhaafbaar. ... (smaakjesverbod, verkoopbeperkingen, online verkoopverbod) Dat blijkt uit het onderzoek, namelijk vapes zijn heel erg interessant voor jongeren, omdat jongeren de smaakjes ook interessant vinden blijkt ook uit onderzoek. Daardoor vinden de jongeren het leuk om het te proberen, dus dan komt er een smaakjesverbod. Het is bekend dat als je minder verkooppunten hebt, dat dat ook

bijdraagt aan het ontmoedigingsbeleid, dus dan zie je het online verkoopverbod en ook bij supermarkten volgend jaar, dus dat gaat goed. ... (pakket aan maatregelen) Als het ministerie van VWS een slimme palet aan maatregelen heeft bedacht die in de wettelijke eisen landen, dat zal meer naleving leiden tot minder aantrekkelijke producten en minder verkrijgbaarheid voor jongeren. Dit zal dat weer moeten bijdragen aan minder gebruik en minder rokers. (1, 7, 8 & 10)

D7: (campagnes) Op die manier proberen ze ervoor te zorgen dat mensen bewuster worden van het probleem. ... (voorlichting) zodat ouders, jongeren zelf of artsen die vapes herkennen en snappen dat het schadelijk is. Zo kan je er ook voor zorgen dat er een andere vibe en een andere context om die vapes heen komt. ... (neutrale verpakking / uiterlijk) die vrij duidelijk hebben aangegeven dat e-sigaretten aantrekkelijk zijn voor jongeren. Dat komt door smaken, door het uiterlijk, door de verpakkingen en ook door de grote beschikbaarheid daarvan. ... Er was onderzoek gedaan naar wat mensen de meest verschrikkelijke kleur vinden. Die kleur hebben ze gebruik voor de verpakkingen. Ze hebben ook de onderzoeken grotendeels gefinancierd die ten grondslag liggen aan de keuzes voor een neutrale en onaantrekkelijke verpakking. (pakket) ... Dat zijn allemaal dingen die ervoor zorgen dat mensen de e-sigaretten minder gaan gebruiken. Het gaat echt om het pakket. Als je één ding doet, heeft dat niet zoveel zin. Dat hebben ze ook altijd gezegd dat één losse maatregel, bijvoorbeeld alleen een neutrale verpakking en voor de rest niks doen, niet werkt. (1, 4, 5 & 10)

D8: (Smaakjesverbod) Er is heel veel bekend over smaakjes en allerlei suikers die het verslavender maken. Er zitten zoveel toevoegingen aan sigaretten die ervoor zorgen dat je minder gaat hoesten, dat je luchtwegen meer open gaan staan, dat je het niet vies vindt en dat soort dingen. ... Ze weten dat menthol het ook verslavender maakt, dus die informatie wordt zeker meegenomen in het nu. ... Als er ook geen smaakjes meer in zitten, is het heel vies. Als het er niet meer leuk uit ziet, vies smaakt en het ook nog heel duur is, waarom zou je het gaan doen? (1 & 9)

D9: (Pakket) Überhaupt het feit dat er maatregelen zijn, creëert ook wel bewustzijn en besef van dat het geen lolly is uit de snoepwinkel. Het gaat wel echt om een volwassen product met risico's. Eigenlijk alle maatregelen bij elkaar dragen bij aan de vermindering van het gebruik en ook wel de verandering in het besef van wat het nou eigenlijk is. ... (Smaakjesverbod) Daar zie je inderdaad dat ik echt wel vooral gaat om de smaakjes en niet de tabakssmaak. In die zin kan het een goede maatregel zijn, mits dat ook wel goed gehandhaafd wordt en de beschikbaarheid daarmee verlaagd wordt. (2, 5, 10 & 7)

D10: (Smaakjesverbod) Het smaakjesverbod speelt in op het verminderen van het gebruik door jongeren, omdat het de e-sigaretten minder aantrekkelijk maakt. ... Voor jongere mensen zijn die lekkere smaakjes, menthol en de fruit smaakjes, de belangrijkste. Als je die wegneemt, wordt het ook

minder aantrekkelijk misschien. ... Het moet eigenlijk geen tabaksverbod zijn, het moet geen vape verbod zijn, maar het moet naar een nicotine verbod. Als iemand vapes gaat verkopen waar geen nicotine in zit, dan zal je zien dat ook het gebruik uiteindelijk omlaag zal gaan, omdat het minder verslavend wordt. Dat is mogelijk nog een volgende stap in het beleid, dus om die nicotine meer aan te pakken. ... (Pakket) Hoe meer om te doen is, hoe meer beleidsmaatregelen worden ingesteld, hoe duidelijker het wordt voor een bepaalde groep jongeren dat het niet onschadelijk is en dat die jongeren er misschien toch wat voorzichtiger mee om zullen gaan. ... Dat zijn dan de knoppen waar je als overheid aan kan draaien om het gebruik te verminderen. Daar is ook onderzoek naar gedaan vanuit buitenland en daar is ook bewijs gevonden voor dat het effectief is. ... (Online verkoopverbod) Je kan online dingen bestellen en een vriendje kan het verkopen. Kost veel te veel capaciteit nu om dat goed te handhaven, dus het is ook makkelijker om het dan maar te verbieden in dit geval, omdat je daarmee de beschikbaarheid tenminste echt minimaliseert. ... De online verkoop van vapes, e-sigaretten, tabaks- en nicotine producten lijkt wel een verstandige maatregel, vanwege het verlagen van de beschikbaarheid. ... (online verkoopverbod, verkoop in speciaalzaken, smaakjesverbod) En dat de beschikbaarheid omlaag gaat, dus echt specialistische winkels die het verkopen, dat er geen lekkere smaakjes meer zijn en dat het niet meer online verkocht mag worden. ... (Reclame- en sponsorverbod) De zichtbaarheid moet omlaag, dus moet je ervoor zorgen dat er geen marketing meer omheen kan spelen. (1, 5, 7, 9, 10 & 11)

Tabel 8: Achterliggende mechanismen e-sigarettenbeleid

Mechanisme	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
1. Minder aantrekkelijk maken (voor jongeren / kinderen)	X			X		X	X	X		X
2. Onschuldigheid weghalen		X							X	
3. Gebruiksgemak weghalen	X			X						
4. Norm verminderen (zien roken doet roken / andere norm)	X	X		X			X			
5. Bewust maken van gezondheidsrisico's	X						X		X	X
6. Sociale controle		X								
7. Beschikbaarheid verminderen				X		X			X	X
8. Handhaving gemakkelijker maken / geen verschil met roken		X		X		X				X
9. Minder verslavend maken								X		X
10. Alle maatregelen samen bereiken het meest				X		X	X		X	X
11. Zichtbaarheid				X	X					X
12. Marketing richting jongeren verminderen				X						

Tabel 9: Maatregelen met toelichting op achterliggende mechanismen

Maatregel (context)	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
Kennis vergaren		X								
Onderdeel van tabaks- en rookwarenwet		X								
Leeftijdsgrens				X						
Uitbreiding rookverbod	X	X		X						
Reclame- en sponsorverbod				X	X					X
Smaakjesverbod		X		X		X	X	X	X	X
Online verkoopverbod						X				X
Uitstalverbod					X					
Verkoop beperkingen (in de toekomst alleen in speciaalzaken, eerst niet bij supermarkten)				X		X				X
Neutrale verpakkingen / uiterlijk (in de toekomst)	X	X		X			X			
Het pakket aan maatregelen				X		X	X		X	X
Campagnes							X			
Voorlichting		X					X			
Stoppen-met-vapen hulp										
Overige product- en verpakkingseisen						X				

Kansen/tekorten/obstakels

In de interviews zijn verschillende kansen voor, tekorten van en uitdagingen in het e-sigarettenbeleid genoemd. Hieronder staan de meningen van de deelnemers hierover. Een overzicht is te vinden in Tabel 10.

(1. Illegale handel) D2: Dat zit hem heel erg in die illegale verkoop, via via en op sociale media. Of bijvoorbeeld gewoon op het schoolplein of in speeltuinen. ... D1: Er zijn dan wat meerderjarigen die verschillende vapes aanschaffen en ze dan via Snapchat of TikTok of op schoolpleinen verkopen. Dan is er niemand bij die gaat controleren of jouw ID wel klopt. ... D2: Als ze dat aan banden zouden kunnen leggen, als dat mogelijk zou zijn, dan is daar een hele hoop winst te behalen. Het is hoe jonger jongeren zo'n product gebruiken, hoe groter de kans is dat ze verslaafd raken en hoe minder goed ze die afweging kunnen maken. Het is dus gewoon heel erg belangrijk om dat ze veel mogelijk uit te stellen. ... D3: Verder heb je nog de online verkoop. Het is niet het belangrijkste, maar er wordt nu heel veel via Snapchat en andere sociale media verkocht aan jongeren onderling verkocht ... D4: Dit is een lastig probleem, want je kunt niet zien wat voor berichten er worden gestuurd via Snapchat bijvoorbeeld. ... Dan denken ze nog aan het bestellen van e-sigaretten van buiten Europa vooral, zoals via AliExpress. ... Die mogen dan ook niet meer naar Nederland exporteren of aan Nederlanders die producten verkopen. Ook dat is al lastiger te handhaven dan regels in Nederland zelf. Daar heeft de NVWA contacten voor met handhavers in andere EU landen om dan aan te geven dat deze regels gelden en of ze daartegen kunnen optreden. Het probleem zit hem vooral buiten de EU, want daar hebben ze die mogelijkheden veel minder, bijvoorbeeld in China. Daar je niks aan kunnen doen. ... D7: Wat nog het lastige is voor hen is online verkoop via sociale media, zoals TikTok of Instagram. Dat is iets wat tussen mensen gebeurt, dus waar ze moeilijk tussen kunnen zitten en moeilijk toezicht op houden. Wat ook nog steeds meer een ding wordt, is dat bij alles wat je reguleert of wat je gaat verbieden een deel daarvan ervoor zorgt dat mensen gaan stoppen, een deel zorgt dat mensen gaan minderen, maar ook een deel van de mensen zal een illegale manier vinden om het toch te doen. ... De online verkoop is ook een probleem, daarom is er ook een campagne geweest die gericht was op influencers. Het probleem richt zich met name op jongeren. Zij krijgen die producten tussen de regels door aanbevolen. Influencers worden bijvoorbeeld betaald om in een filmpje te vaperen en dat heeft een marketing effect. Het is dan een beetje onduidelijk of het echt reclame is of niet, maar dat is het wel gewoon. Het obstakel hierbij is het toezicht daarop. Het is best wel lastig om al die vele accounts, die grensoverschrijdend zijn en waar ook de regels voor de vapes weer anders zijn, te controleren. Het gaat dus niet alleen om Nederlandse accounts, terwijl ze wel die Nederlandse accounts goed kunnen aanspreken daarop, maar het is wereldwijd. Dat grensoverschrijdende is echt een obstakel en de veelheid van interacties op sociale media is een obstakel. Hij vindt dat die sociale mediabedrijven een verantwoordelijkheid hebben om dat heel goed te modereren, bijvoorbeeld in het geval dat in een land zoals Nederland waar online verkoop verboden is, dat zij ook zorgen dat dat soort sluikreclame en dat

influencers dat via hun kanalen verkopen niet mogelijk is. Dat is iets waar de toezichthouder met de sociale media bedrijven over in gesprek is over hoe ze dat kunnen organiseren. D8: Het probleem is dat de elektronische sigaretten overal verkrijgbaar zijn, ook online. Er is een online verkoopverbod, maar dat wordt nog niet echt gehandhaafd. Ook is het probleem dat er onderling gedeald wordt door ouderejaars kinderen. ... Verder, wat ook een groot probleem is, is dat je naast de gereguleerde markt van de bekende tabaksindustrie ook zit met de markt uit China bijvoorbeeld. Op die manier kan je te maken krijgen met oncontroleerbare hoge dosissen nicotine. Zo heb je een heleboel niet gereguleerde disposables uit China. ... D6: Wat zij vanuit hun perspectief wel aangeven, is dat het handhaven en allerlei verboden introduceren niet de enige oplossing is voor het probleem, dus niet de oplossing an sich om het vaperen en roken terug te dringen. Zolang jongeren ook willen experimenteren en zolang jongeren of jongvolwassenen de vraag hebben naar vapes zullen er ook altijd mensen zijn, die daarop inspelen en die producten gaan verkopen, al dan niet via illegale circuit. ... D9: In die zin zijn er dus soorten illegale verkooppunten en illegale verkoopkanalen bijvoorbeeld via sociale media, zoals Snapchat. ... D10: Alleen zal je waarschijnlijk een bestaande groep jongeren houden die dit gaat blijven gebruiken, die daar ook mogelijk verslaafd aan gaat raken en die ook gewoon andere kanalen gaat vinden om dit te krijgen. Je hebt al bestaande netwerken van dealers die ook cannabis of andere producten verkopen op scholen. Daar kan dit product mogelijk toegevoegd worden en wat weer extra problemen kan opleveren voor scholen, omdat het misschien weer moeilijker wordt om te controleren.

(2. Creatief / innovatief) D2: Wat sowieso vanuit de tabaksindustrie wel geleerd is, is dat je de verkopers op dit soort producten niet onderdeel moet maken van de oplossing. Ze weten ook wel dat als smaakjes voor e-sigaretten straks verboden worden, dat dan waarschijnlijk e-vloeistof met smaakjes, die mensen zelf kunnen mengen, als additief op de markt gaat komen. ... D1: Of dat de tabaksindustrie met een heel nieuw product komt, waardoor ze de regel omzeilen, maar toch wel weer kunnen verkopen wat ze willen, zoals poeders of iets dergelijke. ... D2: Bijvoorbeeld nicotine gummy bear en nicotine snoepjes. ... D1: Ze bedenken altijd wel weer iets nieuws om toch het product op de markt te kunnen brengen, dus daar moeten ze ook wel alert op blijven. ... D4: Het lastige daarbij is dat er nog heel veel accessoires en dingetjes op de markt zijn om toch een menthol smaakje te creëren. Er geldt dus inderdaad een menthol verbod en je ziet ook dat dat effect heeft gehad, maar een deel van de menthol rokers heeft op een andere manier alsnog wel menthol smaakje aan de sigaret kunnen houden. Dat zijn dus twee dingen die je ziet. Het is zeker effectief en tegelijkertijd moet je ook die die accessoires en zo dus die gaten in de wet beter gaan dichten. ... Wat bijvoorbeeld wel een maas in de wet is, is dat influencers mogen vaperen in beeld. Je bent dan niet meteen reclame voor een specifiek product aan het maken, dus dat lijkt dan wel buiten het reclameverbod te vallen. Dat is wel een groot probleem. ... D3: Het is bijvoorbeeld ook zo, je mag geen reclame maken voor e sigaretten, maar op Instagram gebeurt dat bijvoorbeeld met influencers die dan niet heel groot zijn en die niet weten dat ze daar geen reclame voor mogen maken. Zij worden veel ingezet door die industrie om toch die e-

sigaretten aan te prijzen. Er zijn dus nog veel manieren waarop ze toch proberen om te proberen om door de maas in de wet te komen, terwijl het gewoon verboden is. ... D7: Nog een groot obstakel is de industrie zelf, dus die alles probeert te omzeilen en die toch altijd weer manieren vindt om dingen cool te maken en om mensen toch weer buiten de regeltjes om verslaafd te krijgen. ... Eentje ziet hij wel aankomen zijn nicotine producten zonder tabak, dat is een beetje een ambtelijke term voor iets met nicotine wat je bijvoorbeeld kan inhaleren of opeten, in ieder geval iets verslavends met een smaakje. Verder kan de industrie smaakstoffen op de markt brengen die ze dan niet als e-sigaret smaakstoffen bestempelen, maar het eigenlijk wel zijn. Dit kunnen mensen dan zelf gaan toevoegen. Dat is ook een risico aan de wetgeving, dat mensen zelf heel hard aan de slag gaan. Daar kan de industrie op in gaan spelen. Tegelijkertijd zie je dat de wegwerp vapes super populair zijn. Die zijn juist zo populair, omdat ze zo makkelijk in het gebruik zijn, dus je hoeft zelf niks in elkaar te schroeven of iets toe te voegen of iets dergelijks. Op zich zijn die accessoires voor tabak, zoals die balletjes, ook nog wel gimmick dingen. Er zijn maar heel weinig mensen die dat gebruiken, maar het kan wel komen dat er wel opeens een product komt wat heel erg populair is voor tabak, maar ook voor e-sigaretten. Daar moeten ze dan op reageren. De industrie zal altijd proberen te zoeken naar net dat dingetje in de wet wat een beetje onduidelijk is en wat grijs veld is, zodat ze dat dan uitbuiten. Daar moeten ze dan weer opnieuw wetgeving voor maken. Je kunt wetgeving maken die zo goed mogelijk op de toekomst is aangesloten en dat proberen ze ook, maar soms worden dingen heel lastig gemaakt, zoals wanneer de industrie heel erg specifiek gaat kijken van wat staat er wel, wat staat er niet en hoe kunnen ze het omzeilen. Desondanks proberen ze wel echt om een zo goed en zo toekomstbestendig mogelijk wetgeving te maken, zodat je echt overal aan gedacht hebt. ... D8: Dat zijn de sjoemelsigaretten. Dat was dus de eerste harm reduction strategie. Vervolgens hebben ze light sigaretten gemaakt. ... D10: Je ziet ook al dat door middel van marketing trucjes en omzeilingen van de wet dat het product toch bij de doelgroepen terecht komen waar het niet zou moeten komen.

(3. Stoppen-met-vapen) D1: Wat nog mist in de huidige aanpak van het probleem rondom e-sigaretten kan liggen in de aandacht voor het stoppen met vaperen. Er moet daar meer aandacht voor komen, want die is er nu nog niet voor hoe je dan van het vaperen afkomt. Er zijn wel stoppen met roken coaches en die geven soms ook wel stoppen met vaperen coaching, maar het zou wel goed zijn als er meer aandacht naar toe gaat, ook bijvoorbeeld voor jongeren. ... D2: Interventies voor het stoppen en ook voor de noodzaak ervan. Dat het ook iets is, het stoppen met vaperen. ... D1: Dat het kan en dat je wordt geholpen. Ze krijgen er ook wel vragen over. Ze krijgen vaak de vraag of ze wetenschappelijk onderzoek gevonden heeft waarin daar iets over staat en over hoe dat moet. Dan is het antwoord eigenlijk altijd "Nee, er is nog weinig kennis over hoe je effectief moet stoppen met vaperen of daar verschil is met stoppen met roken". Daar kan meer aandacht naartoe. ... D2: Maar daarnaast is vaperen gewoon een nicotineverslaving waarvan ze weten dat het echt niet zo makkelijk is om daarvan af te komen, dus daar moet ook passende ondersteuning voor komen. ... D1: Jongeren die nu zoeken op

stoppen met vaperen vinden niet zoveel op Google, misschien een enkele website, dus dat ontbreekt nog. ... D2: Verder ontbreekt de urgentie bij de jongeren om te stoppen met vaperen. ... D1: Het is natuurlijk een beetje lastig bij jongeren, die niet altijd heel veel geven om de lange termijn gezondheidsrisico's. De beste manier is om het moeilijker te maken om aan e-sigaretten te komen, dus dat maakt stoppen met vaperen voor jongeren wat lastiger. ... D2: Bovendien zegt het iets over dat het lastig is om te stoppen, terwijl je als jongere graag denkt "Ik kan alles", "Ik heb daar geen hulp bij nodig" en "Ik ben niet verslaafd", daar zitten liggen een heel aantal veronderstellingen onder, waardoor zeker jongeren minder geneigd zijn om daar hulp bij te zoeken. Dat is ook nog wel een puzzel hoe je die jongeren daarvoor dan goed kan bereiken. ... D8: Er zijn nog kansen in het stoppen met vaperen interventies. ... Het komt meer onder de aandacht, maar er is nog weinig ervaring mee. ... D7: Daarnaast zijn ze ook wel aan het nadenken over stoppen met vaperen zorg. Dat is waarschijnlijk ook al bijna nodig. Dit is dan voor de mensen die echt heel erg verslaafd zijn en willen stoppen.

(4. Sociale media) D1: Ja, verkoop via sociale media bijvoorbeeld. ... Er zijn dan wat meerderjarigen die verschillende vapes aanschaffen en ze dan via Snapchat of TikTok of op schoonpleinen verkopen. ... D2: De rol van sociale media bij het promoten en verkopen van vaperen verdient meer aandacht. Daar gebeurt nu een hoop waar ze eigenlijk al niet zo heel veel zicht op hebben. Het is ook behoorlijk veranderlijk en afhankelijk van wat voor platformen nu weer op komst is. Ongetwijfeld zullen er de komende jaren weer een paar nieuwe dingen oppoppen. Dat is ook iets wat je in de gaten moet blijven houden. ... Daarin komt bijvoorbeeld naar voren dat die jongeren zelf ook heel veel benaderd worden om vaperen te promoten. Dit zijn vaak minderjarige jongeren die het eigenlijk nog niet eens zouden mogen kopen. ... D4: Daarnaast kan de Nederlandse overheid daar meer verantwoordelijkheid in nemen door regelgeving in te voeren en meer mogelijkheden voor zichzelf te creëren, om bijvoorbeeld Instagram een boete te geven als ze het niet goed doen. ... D3: Het is bijvoorbeeld ook zo, je mag geen reclame maken voor e-sigaretten, maar op Instagram gebeurt dat bijvoorbeeld met influencers die dan niet heel groot zijn en die niet weten dat ze daar geen reclame voor mogen maken. Zij worden veel ingezet door die industrie om toch die e-sigaretten aan te prijzen. Er zijn dus nog veel manieren waarop ze toch proberen om te proberen om door de maas in de wet te komen, terwijl het gewoon verboden is. ... Verder heb je nog de online verkoop. Het is niet het belangrijkste, maar er wordt nu heel veel via Snapchat en andere sociale media verkocht aan jongeren onderling verkocht ... D4: Wat bijvoorbeeld wel een maas in de wet is, is dat influencers mogen vaperen in beeld. Je bent dan niet meteen reclame voor een specifiek product aan het maken, dus dat lijkt dan wel buiten het reclameverbod te vallen. Dat is wel een groot probleem. Als jij jouw favoriete influencers ziet vaperen, dan denk je "Oh leuk, dat wil ik ook". Voor een deel is het op te lossen, maar je zou er nog meer aan kunnen doen. Anderzijds is het ook heel lastig om er iets aan te doen. ... D7: Zij krijgen die producten tussen de regels door aanbevolen. Influencers worden bijvoorbeeld betaald om in een filmpje te vaperen en dat heeft een marketing effect. Het is dan een beetje onduidelijk of het echt reclame is of niet, maar

dat is het wel gewoon. Het obstakel hierbij is het toezicht daarop. Het is best wel lastig om al die vele accounts, die grensoverschrijdend zijn en waar ook de regels voor de vapes weer anders zijn, te controleren. Het gaat dus niet alleen om Nederlandse accounts, terwijl ze wel die Nederlandse accounts goed kunnen aanspreken daarop, maar het is wereldwijd. Dat grensoverschrijdende is echt een obstakel en de veelheid van interacties op sociale media is een obstakel. Hij vindt dat die sociale mediabedrijven een verantwoordelijkheid hebben om dat heel goed te modereren, bijvoorbeeld in het geval dat in een land zoals Nederland waar online verkoop verboden is, dat zij ook zorgen dat dat soort sluikreclame en dat influencers dat via hun kanalen verkopen niet mogelijk is. Dat is iets waar de toezichthouder met de sociale media bedrijven over in gesprek is over hoe ze dat kunnen organiseren. ... D8: Er wordt ook veel gemarket door de influencers op TikTok en Instagram. Dat is een bedreiging. Daar hebben ze een actie tegen gevoerd, maar dat gaat gewoon door. Internationaal kunnen ze daar bijna niet tegen verzetten. Het wordt ook overal op muziekfestivals gebruikt door jonge mensen en dj's. ... D9: In die zin zijn er dus soorten illegale verkooppunten en illegale verkoopkanalen bijvoorbeeld via sociale media, zoals Snapchat.

(5. Leeftijd) D1: Dat gaat waarschijnlijk ook niet van het een op het ander. Dat wil je uitspreiden. Zoals bijvoorbeeld landen waarin een generatie verbod overwogen wordt, dat je vanaf een bepaalde geboortedatum geen tabak meer mag kopen. Dat is al een wat subtielere manier van een verbod. ... D2: Je zou nog kunnen kijken of je leeftijdsgrens naar 21 verhoogt. Het voordeel daarvan is dat je minder snel krijgt dat de mensen die net oud genoeg zijn het kopen voor net iets te jonge mensen met wie ze op de middelbare school zitten. Vanaf 21 jaar zijn je hersenen een stukje verder ontwikkeld en heb je minder contact met de echte jonkies om het maar zo te zeggen. ... D8: Je hebt ook snus, de zakjes met tabak en de zakjes met nicotine. Daarom zijn ze begonnen met een nicotinevrije generatie als burgerinitiatief. Ze hebben bijna 20.000 handtekeningen. Hun doel daarbij is dat in 2030 aan kinderen geboren vanaf 2012 nooit meer sigaretten mogen worden verkocht. Dat is hetzelfde als wat in Nieuw Zeeland nu is ingesteld. De Rookvrije Generatie stelt dit pas in 2040. Als je ziet dat het aantal kinderen niet meer daalt de laatste jaren door die e-sigaretten, dan moeten ze een versnelling invoegen, want nu gaat het niet goed. Met hun idee kan je nog steeds zeggen dat je die e-sigaretten op recept kan kopen voor mensen die willen stoppen met roken en dat als overbrugging naar het stoppen willen gebruiken. ... D10: Bijvoorbeeld zo'n leeftijdsverbod, dat is op zich een goede maatregel natuurlijk.

(6. Recept) D1: Soms is de e-sigaretten dan wel verkrijgbaar als farmaceutisch product, dus dan kan je het op recept krijgen bijvoorbeeld of het importeren met toestemming. Het zijn nog hele nieuwe regelingen, daarom is er ook nog niet heel veel over te zeggen de effectiviteit. ... D8: Met hun idee kan je nog steeds zeggen dat je die e-sigaretten op recept kan kopen voor mensen die willen stoppen met roken en dat als overbrugging naar het stoppen willen gebruiken. ... Om het weg te houden bij kinderen zou je het via de apotheek moeten doen op recept. ... D10: Er zit mogelijk wel een voordeel

aan elektronisch roken, dat is voor mensen die al tabak roken en die dan overstappen om makkelijk af te bouwen. Hoewel daar ook niet helemaal alle meningen hetzelfde over zijn, dus of dat echt zo effectief is, maar dat zou je kunnen voorstellen. In dat geval zou het een medicinale hulpmiddel moeten zijn, dus dan zou je het soort van op voorschrift moeten kunnen krijgen vanuit de huisarts en niet vrij verkrijgbaar in de winkel. Al die producten die nu worden verkocht met allerlei smaakjes met stoffen erin die we niet kennen, daarbij is het de vraag of je dat überhaupt moet toestaan onder welke voorwaarden dan ook. ... D9: In de UK ook, dat het dan inderdaad een middel kan zijn om te stoppen met roken.

(7. Prijs) D4: Er geldt nog helemaal geen accijns op e-sigaretten, dus vanuit die prijs gaat nog heel veel winst naar de e-sigaretten industrie. Daarnaast wordt er nog heel weinig gestuurd op de hoogte van die prijs, dus e-sigaretten zijn nog veel goedkoper in verhouding met sigaretten. Eigenlijk zou je dat gelijk willen trekken, zodat het eigenlijk even onaantrekkelijk wordt om die producten te kopen en de e-sigaretten dus geen goedkoper alternatief zijn voor sigaretten. Verder is het verschil groter aan het worden, de prijzen tussen de twee producten, dus wordt dit steeds belangrijker. Het staat er ook los van, dus ze vinden al heel lang dat die prijzen gelijk moeten worden getrokken. Er geldt al heel lang een accijns op sigaretten en nog nul accijns op e-sigaretten. ... D3: Je wilt dat die kloof zo klein mogelijk is. Je wilt niet dat ze gaan overstappen, hoewel van normale sigaretten naar e-sigaretten weer een heel ander verhaal is, maar je wilt dat die kans op kopen zo klein mogelijk wordt. Zeker jongeren die misschien niet veel geld hebben. ... D4: Het kan dus wel dat we een soort accijns gaan heffen op de e-sigaret. Dat zou Nederland prima kunnen doen. Er zijn ook heel veel Europese landen die dat al hebben gedaan ... D6: De belangrijke maatregel die ze vanuit de wetenschap en congressen hebben meegekregen is dat je moet op prijsverhogingen en accijns verhogen, maar dat is iets waar de NVWA geen betrokkenheid bij heeft. ... D7: Hij zou wel willen dat er hogere belastingen en dus een hogere prijs komt voor e-sigaretten. Hij vindt dat ze nog veel te goedkoop zijn. ... Ze hebben ontzettend dure pakjes bijvoorbeeld en dat is de meest effectieve maatregel, dus het heel duur maken van de sigaretten. Prijs is het belangrijkste en ook voor vapes, maar daar zijn ze nog naar aan het kijken. Ze gaan daar Europa in volgen. Het is wel zo dat er in Europa over gesproken wordt om dat te gaan doen, dus daar willen ze de Europese lijn in volgen. Vanuit een preventiebeleid perspectief is hij zeker voor het verhogen van de prijzen van e-sigaretten. Daar weet hij alleen de planning verder niet van. Het is ook zo dat ze in Europa pleiten voor hogere belastingen voor e-sigaretten. ... D8: Het is ook een probleem dat de e-sigaretten relatief goedkoop zijn. In één vape, zo'n roze aardbeien vape, zit de hoeveelheid nicotine van ongeveer twee pakjes sigaretten in en het kost maar €5. Als je dat zou kopen aan sigaretten zou dat 16-18 euro kosten. Er zit geen accijns op e-sigaretten, omdat er geen tabak in zit. Het is dus relatief goedkoop. ... D10: Ze weten dat het verhogen van de prijs ervoor zorgt dat je minder mensen gaat hebben die roken. Dat zie je ook in Australië gebeuren, want daar is het aantal rokers gekelderde. Alleen daar is ook een neveneffect, namelijk dat de kwetsbare groep, de mensen die

een verslavingsprobleem hebben en die niet zomaar kunnen stoppen met roken, daardoor ook weer in de financiële problemen komen, omdat die sigaretten zo duur zijn of naar de illegale markt overstappen, omdat ze het anders niet kunnen betalen. Daar zijn we in Nederland gelukkig meestal wel redelijk goed in om de maatregelen ook te koppelen aan gezondheidszorg, verslavingszorg en preventieve zorg.

(8. Vraagkant) D6: Wat zij vanuit hun perspectief wel aangeven, is dat het handhaven en allerlei verboden introduceren niet de enige oplossing is voor het probleem, dus niet de oplossing an sich om het vaperen en roken terug te dringen. Zolang jongeren ook willen experimenteren en zolang jongeren of jong volwassenen de vraag hebben naar vapes zullen er ook altijd mensen zijn, die daar een graantje van willen meepikken en die producten gaan verkopen, al dan niet via illegale circuit. Het is dus belangrijk dat je ook inzet op het zorgen dat jongeren voorgelicht worden en dat ook de vraagkant bij die jongeren ook omlaag gaat. ... Het is dus belangrijk dat je ook inzet op het zorgen dat jongeren voorgelicht worden en dat ook de vraagkant bij die jongeren ook omlaag gaat. Het is een wisselwerking en de verboden helpen daar aan bij, maar voorlichting kan er ook bij helpen. Zo moet je multidisciplinair denken. ... D7: Verder zijn jongeren van nature geneigd tot experimenteel gedrag, wat normaal is. Ze moeten daar dus ook een goede manier in vinden om te zorgen dat ze beleid maken dat ook beetje aansluit bij hoe jongeren dingen beleven. Dat is ook heel belangrijk en dat proberen ze ook te doen, bijvoorbeeld met de communicatiecampagnes die ze hebben. Op een manier tot hen proberen door te dringen dat het toch niet heel handig is om voor de rest van je leven verslaafd te raken. ... D10: Daarmee kan je mogelijk het gebruik verminderen of in ieder geval de aanwas van nieuwe gebruikers verminderen. Alleen zal je waarschijnlijk een bestaande groep jongeren houden die dit gaat blijven gebruiken, die daar ook mogelijk verslaafd aan gaat raken en die ook gewoon andere kanalen gaat vinden om dit te krijgen.

(9. Handhaving) D1: Wat betreft de huidige aanpak, zit je dan met het handhaving gedeelte. Verder is er in eerste instantie toch nog best wel een groep Nederlanders is die niet zo goed weet wat het is. Dat maakt het ook lastiger voor mensen om elkaar daar dan op te wijzen. Handhaven op rookvrije plekken is sowieso niet altijd even goed. Denk maar op het station, waar mensen staan te roken op rookvrije tegels. De handhaving is vrij lastig. ... D2: Het doet echt wel iets dat soort rookverboden, maar 100% handhaving en dat op een zelfsturende manier maken, dus dat mensen elkaar corrigeren, dat blijft gewoon heel lastig. Het is ook deels een kwestie van tijd. ... D3: maar er wordt nu heel veel via Snapchat en andere sociale media aan jongeren onderling verkocht, dus op het stukje handhaving is daar nog veel te winnen. Dit is een lastig probleem, want je kunt niet zien wat voor berichten er worden gestuurd via Snapchat bijvoorbeeld. Het is daar heel moeilijk om op te handhaven. Het is dus lastig om te zeggen hoe je dat kan aanpakken. Je kan wel bezig zijn met goede voorlichting en om die apps meer verantwoordelijk te maken voor wat er gebeurt. Als het echt om privé contact gaat, is dat

natuurlijk erg moeilijk. Dat stukje is heel lastig, maar er gebeurt ook nog veel out in the open op Instagram bijvoorbeeld. ... D4: . Dat zijn dingen die je dus wel als app of als platform kunt reguleren en daar meer in kunt doen. Dat zou dus een oplossing zijn, dat zij daar meer verantwoordelijkheid in gaan nemen. Daarnaast kan de Nederlandse overheid daar meer verantwoordelijkheid in nemen door regelgeving in te voeren en meer mogelijkheden voor zichzelf te creëren, om bijvoorbeeld Instagram een boete te geven als ze het niet goed doen. ... Als je het hebt over de wat oudere jongeren, die zich wel voor kunnen doen als 18, dan zijn er ook nog wel winkels waar het die leeftijdsgrens nog niet goed wordt nageleefd. ... Die mogen dan ook niet meer naar Nederland exporteren of aan Nederlanders die producten verkopen. Ook dat is al lastiger te handhaven dan regels in Nederland zelf. Daar heeft de NVWA contacten voor met handhavers in andere EU landen om dan aan te geven dat deze regels gelden en of ze daar tegen kunnen optreden. Het probleem zit hem vooral buiten de EU, want daar hebben ze die mogelijkheden veel minder, bijvoorbeeld in China ... D6: Hierbij kan de ene regel meer impact hebben op de rookvrije generatie dan andere maatregelen. Daar denken zij dan over na om daar dan op een gepaste manier hun capaciteit op in te zetten. Je wilt je dus inzetten op de maatregelen die het meest effectief zijn. Je kan niet overal in één keer handhaven, dus dan moet je keuzes maken. Als het smaakjesverbod ingaat kunnen ze niet de dag erna alle winkels, alle bedrijven en alle illegale verkoopkanalen geïnspecteerd hebben, dus daar maken ze dan keuzes in. ... D7: Het is dan een beetje onduidelijk of het echt reclame is of niet, maar dat is het wel gewoon. Het obstakel hierbij is het toezicht daarop. Het is best wel lastig om al die vele accounts, die grensoverschrijdend zijn en waar ook de regels voor de vapes weer anders zijn, te controleren. ... D8: Er is een online verkoopverbod, maar dat wordt nog niet echt gehandhaafd. ... Het grote probleem is dat er vrijwel geen handhaving is. De NVWA heeft last van een personeelstekort. Zo wordt de leeftijdsgrens van 18 jaar amper gehandhaafd. ... Het is allemaal een kwestie van handhaving. ... D10: Alleen dat is gewoon heel moeilijk te handhaven. Je kan online dingen bestellen en een vriendje kan het verkopen. Kost veel te veel capaciteit nu om dat goed te handhaven, ... De handhaving moet omhoog ... Alleen het probleem is dat handhaving erop moeilijk is, dus de praktijk is toch weerbarstiger. Zolang de beschikbaarheid niet meer omlaag gaat, zal het leeftijdsverbod misschien ook niet zo heel veel doen.

(10. Weerstand) D7: Wat de industrie wel doet, dat hebben ze ook gedaan in de tabaksindustrie decennia geleden, is wetenschappers betalen of organiseren dat er ook tegen wetenschap komt, dus het is best wel een slinks veld. Ze organiseren bijvoorbeeld ook dat er grassroots organisaties, van die NGOS die dan zogenaamd uit gebruikers van e sigaretten bestaan, heel focaal gaan doen in de media of rechtszaken gaan voeren. Dat wordt vaak dan ook betaald door de industrie. Die mensen proberen op allerlei manieren tegenstand te bieden en om hun wetenschap, die het ministerie aanhaalt, in diskrediet te brengen. ... De industrie heeft ook oneindig geld. Ze zullen alles doen om in elk land zo min mogelijk beleid door te laten komen. ... D8: De harm reduction is in 1950 begonnen als strategie van de tabaksindustrie. Het wordt het Tobacco Playbook genoemd, hoe en volgens welke regels zij

sinds 1950 de roker en de overheid bedoeld te belazeren. Het is een hele uitgekende strategie ... Ze zijn begonnen met harm reduction toen bekend werd dat roken longkanker gaf, dat was in 1950, door een filter op de sigaret te zetten. Hierdoor zouden mensen het idee hebben dat de kankerverwekkende stoffen werden gefilterd. ... De tabaksindustrie is weer een rechtszaak begonnen tegen de online verkoop. Bij alles ... wordt weer door de industrie een rechtszaak gevoerd. ... Die cijfers kan je überhaupt dus niet vertrouwen. Wetenschappers worden dus omgekocht. Dan heb je de Surf Partys, dat heet astroturfing, zo heb je de World Vapers Alliance (WVA) ... Zo heb je allemaal frontgroepen die dat doen. Dat deden ze bij sigaretten en dat doen ze bij e-sigaretten ook. Je hebt extreme marketing op plekken waar kinderen zijn, zoals bij muziekfestivals en op online platformen ... Zo gebruikt de industrie hun standaard Tobacco Playbook ook voor de elektronische sigaretten. Ze gaan connecties aan met farmaceutische industrieën en ze kopen farmaceutische industrieën op, zodat ze weer aan de gezondheidstafel kunnen zitten. Ze proberen greenwashing te doen door filters op te ruimen en door disposables te laten terugbrengen. Ze doen van alles om er goed uit te komen. ... D10: Als je dat doortrekt naar de zorg rond het beleid is, ze weten ook vanuit de tabaksindustrie dat zij toch veel doen om het beleid te beïnvloeden en dat het moeilijk is om daar echt goed gezondheidsbeleid op te voeren voor een overheid. ... Er worden ook allerlei dingen opgeworpen om het nog verder te vertragen vanuit de wat grotere industrie. ... Je ziet nu ook weer met het smaakjesverbod, dat wordt weer eens uitgesteld. Dat is weer zo'n typisch voorbeeld van toch het draineren en het vertragen van dit soort maatregelen, ook vanuit ondernemingen en winkels die het verkopen en de bedrijven die ze produceren.

(11. Gebrek aan kennis) D1: Er zijn vrij weinig interventies voor vaperen onder jongeren of voorlichtingen die je op school kan geven. ... Ze krijgt vaak de vraag of ze wetenschappelijk onderzoek gevonden heeft waarin daar iets over staat en over hoe dat moet. Dan is het antwoord eigenlijk altijd "Nee, er is nog weinig kennis over hoe je effectief moet stoppen met vaperen of daar verschil is met stoppen met roken". ... D2: Ze merken dat er best wel een tekort is aan goede cijfers als het gaat om e-sigaretten en zeker als het gaat om jongeren. D8: Bij kennis gaat het over een gebrek aan kennis onder kinderen en ouders. Ze weten niet hoe groot de impact is van e-sigaretten op het brein van het kind. ... Hun volgende campagne, waar ze nu mee bezig zijn, is dan ook heel erg gericht op informatie voor ouders, leraren, enzovoort. ... Wat nog mist is de informatie op lange termijn. ... Er is dus nog weinig kennis. Ze proberen bij beleidsmaatregelen met name de aantallen, de stijgingen, het gateway-effect en alles wat bewezen is tot nu toe erbij te halen. Ze proberen op te passen met dingen zoals hart- en vaatziekten, terwijl dat allemaal heel waarschijnlijk lijkt, maar ze weten nog geen lange termijn gevolgen. Bij roken heb je 30 jaar de tijd gehad om te kijken of en wanneer longkanker kwam. Dat zal heel lang duren voor e-sigaretten. ... Wat zij gaan toevoegen met de artsen slaan alarm is dat je vooral ouders gaat leren hoe je met je kind over vaperen kan praten en dat meer bekend wordt van de risico's van het vaperen. Dat is allemaal nieuwe informatie. ... D9: Eén van de

beleidsmaatregelen die is ingevoerd is dat eigenlijk overal waar een rookverbod geldt eigenlijk ook een verbod geldt op het gebruik van e-sigaretten. Voor heel veel mensen is dat nog niet helemaal duidelijk. Je ziet het genoeg, bijvoorbeeld ook in nachtclubs of op een metrostation waar je niet mag roken, dat mensen gewoon vaperen. Daar zou de kennis bij de doelgroep vergroot moeten worden. ... D10: Ze spreken ook veel ouders die zich zorgen maken over het gebruik, veel docenten die niet weten hoe ze ermee om moeten gaan.

(12. Vergunningstelsel) D8: Zij zijn voor een vergunningstelsel. Daar hebben ze jaren voor gelobbyd en nu net is in de Tweede Kamer een motie aangenomen dat je een vergunning moet hebben, wil je ergens sigaretten of e-sigaretten kunnen verkopen. ... Je kan bijvoorbeeld gewoon zeggen "maximaal zoveel verkooppunten per wijk of per gemeente". Dan kan de NVWA handhaven. Nu kan je ze overal nog vinden. Je ziet dat de supermarkten al hun verkooppunten moeten sluiten volgend jaar, dus nu zie je overal nieuwe verkooppunten bij bijvoorbeeld de Primera, Tobacco shops en gift shops. Dat is niet te handhaven. ... Als je dan nog maar 1600 verkooppunten hebt in tabaksspeciaalzaken, dan is het klaar. Dan kan je daar alleen nog (e-)sigaretten halen, want online mag niet meer. Het is allemaal een kwestie van handhaving.

(13. Afhankelijk EU wetgeving) D4: Dat is ook lastig met de EU regelgeving. ... D3: Wat ons betreft komt er een volledig verbod op e-sigaretten ... D4: maar het mag niet en het kan niet. De Europese recht staat niet toe dat een product dat in andere lidstaten wel op de markt is helemaal verboden wordt in een EU land. ... Er zijn ook heel veel Europese landen die dat al hebben gedaan, maar omdat die richtlijn wordt herzien en de e-sigaret daar waarschijnlijk in mee wordt genomen, zegt de Nederlandse regering "Wij wachten op die richtlijn, want daar wordt het dan in meegenomen". Dat is een soort van uitstel mechanisme. ... Daarnaast kan de Nederlandse overheid daar meer verantwoordelijkheid in nemen door regelgeving in te voeren en meer mogelijkheden voor zichzelf te creëren, om bijvoorbeeld Instagram een boete te geven als ze het niet goed doen. ... Zij vinden gewoon dat ze nu al wel in Nederland actie moeten ondernemen, want het kan heel lang duren voordat die richtlijn er eindelijk is. ... D3: Dat sommige maatregelen nog niet worden genomen, zoals het verhogen van de prijs, ligt juridisch. ... D4: Het heeft met de Europese Unie te maken, dus ze hebben een accijnsrichtlijn in de EU om ervoor te zorgen dat in alle landen een bepaald minimumniveau aan accijns wordt geheven op tabaksproducten. ... D6: Dat is de tabaksproductenrichtlijn en deze richtlijn staat toe dat in de Europese Unie e-sigaretten in de handel gebracht mogen worden. Je mag smaakjes verbieden, dus dat kan je nationaal doen, maar de Europese regelgeving kan je niet zomaar van afwijken. Als dus op Europees niveau e-sigaretten zijn toegestaan, dan kan je op nationaal niveau bijna niet de e-sigaretten verbieden. Wanneer de Europese Unie het toestaat, kan je als individueel land daar niet zomaar van afwijken. Op Europees niveau is ervoor gekozen om e-sigaretten toe te laten en het verbieden kan dan bijna niet. Dat is een juridisch punt, omdat de Europese Unie wetgeving voor de nationale wetgeving

gaat. In die Europese wetgeving staat wel dat smaakjes verboden mogen worden. ... D7: Verder is de politieke werkelijkheid een obstakel. Het kan zo zijn dat ze straks een regering krijgen die heel anders in het debat staan, dus die bijvoorbeeld vinden dat het ieders vrije keuze moet zijn om te vaperen. Die kan dan besluiten om verder niks meer te doen. Als preventie professional is dat wel een obstakel. ... D8: Je hebt een tabakswet in Nederland en je hebt de TPD. Dat is EU wetgeving. ... Er wordt niet verwacht dat binnenkort de TPD echt gewijzigd gaat worden. Dat duurt allemaal weer lang. ... Natuurlijk zou elk EU land wel dingen kunnen en moeten doen, maar je kan in Nederland gewoon de accijns structureel elk jaar kunnen verhogen, bijvoorbeeld door middel van verbruiksbelasting voor de vapes. De leeftijdsgrens en het vergunningstelsel kan in Nederland zelf aangepast worden, maar wat volgens de EU wetgeving niet kan is de samenstelling van tabak in sigaretten veranderen. ... Dat moet in de TPD vastgelegd worden. De FDA (Food and Drug Administration) heeft berekend dat het zeer effectief kan zijn, maar alleen in een markt waar geen gewone sigaretten (met een 'normale' dosering nicotine) meer zijn. Daar zijn we in Nederland nog ver vanaf, maar het zijn ideeën. Het moet alleen niet het idee zijn dat we zo afhankelijk zijn van de EU wetgeving, want het meeste kan je gewoon zelf doen. Het is een excuus van de overheid. Prijs, leeftijd en smaakjes zijn al voorbeelden van wat je zelf kan doen.

(14. Pakket) D5: Handhaving is niet de enige oplossing voor het probleem, dus je kan verboden introduceren en je kan handhaven, maar het moet gewoon grootsier aangepakt worden met preventie en voorlichting, bijvoorbeeld voorlichting aan ouders. Als je dat allemaal samen pakt, zou je het probleem goed en effectief kunnen aanpakken. Dat is echt een obstakel, maar het is een samenkomst van allemaal acties die nodig zijn en die je het beste kan doen om het gebruik terug te dringen. ... D6: Handhaven en allerlei verboden introduceren niet de enige oplossing is voor het probleem, dus niet de oplossing an sich om het vaperen en roken terug te dringen. Zolang jongeren ook willen experimenteren en zolang jongeren of jongvolwassenen de vraag hebben naar vapes zullen er ook altijd mensen zijn, die daarop inspelen en die producten gaan verkopen, al dan niet via illegale circuit. Het is dus belangrijk dat je ook inzet op het zorgen dat jongeren voorgelicht worden en dat ook de vraagkant bij die jongeren ook omlaag gaat. Het is een wisselwerking en de verboden helpen daar aan bij, maar voorlichting kan er ook bij helpen. Zo moet je multidisciplinair denken.

(15. Lokale aanpak) D2: Daarnaast worstelen gemeenten heel erg met hun beleid, omdat zij en de GGD vaak veel signalen krijgen vanuit scholen en dan kijkt de GGD weer naar hen. ... D9: Als het gaat om de grote maatregelen zouden deze meer lokaal moeten, dus dat het echt meer vanuit de ouders en scholen zou moeten komen. ... In die zin zullen de hele grote beleidswijzigingen uiteindelijk wel invloed hebben, omdat het de beschikbaarheid omlaag haalt, maar echt op lokaal vlak moet er meer gebeuren.

(16. Meer preventieve maatregelen) D10: Er moeten meer potjes komen voor preventie. ... Daar zijn we in Nederland gelukkig meestal wel redelijk goed in om de maatregelen ook te koppelen aan gezondheidszorg, verslavingszorg en preventieve zorg. Je kan niet alleen maar verbieden en alleen maar de prijs omhoog gooien. Het moet wel gepaard gaan met het helpen van die kwetsbare groepen om voor te zorgen dat die niet daardoor in de problemen komen. ... D7: Verder is de politieke werkelijkheid een obstakel. Het kan zo zijn dat ze straks een regering krijgen die heel anders in het debat staan, dus die bijvoorbeeld vinden dat het ieders vrije keuze moet zijn om te vaperen. Die kan dan besluiten om verder niks meer te doen. Als preventie professional is dat wel een obstakel.

(17. Meer monitoring) D7: Ze hebben best veel ondervangen, maar wat een manier zou kunnen zijn, is dat ze niet meer via de vape maar via andere nicotine producten mensen aan de nicotine proberen te krijgen. Zo heb je bijvoorbeeld de Orange Man, een soort non-elektronische sigaret. Het is een staafje met nicotine poeder en een smaakje die je kan inhaleren. Daar hebben ze op het moment nog bijna geen wetgeving voor. Dat zijn ze gelukkig wel aan het maken, dus ze hebben die ook al geconstateerd en dat ligt in de Kamer binnenkort. Op die manier, manieren die dan net weer buiten de wet vallen, zal de industrie proberen om toch een smaakje toe te voegen om zo toch een verslavend aantrekkelijk product voor jongeren te maken. Eentje ziet hij wel aankomen zijn nicotine producten zonder tabak, dat is een beetje een ambtelijke term voor iets met nicotine wat je bijvoorbeeld kan inhaleren of opeten, in ieder geval iets verslavends met een smaakje. Verder kan de industrie smaakstoffen op de markt brengen die ze dan niet als e-sigaret smaakstoffen bestempelen, maar het eigenlijk wel zijn. ... D10: Monitoring mag beter, zodat ze ook beter weten waar ze het over hebben.

(18. Nicotineverbod / minder verslavend) D8: Er is heel veel bekend over smaakjes en allerlei suikers die het verslavender maken. Er zitten zoveel toevoegingen aan sigaretten die ervoor zorgen dat je minder gaat hoesten, dat je luchtwegen meer open gaan staan, dat je het niet vies vindt en dat soort dingen. Er is heel veel kennis over wat toevoegingen kunnen betekenen. Alleen bij e-sigaretten zijn er nog weer meer toevoegingen. Ze weten dat menthol het ook verslavender maakt, dus die informatie wordt zeker meegenomen in het nu. ... maar als je bijvoorbeeld pleit voor een extreem lage dosis nicotine kan dat niet in Nederland geregeld worden. Dat doen wel in een aantal andere landen, zoals Nieuw-Zeeland. Mocht je dan gaan roken of overgaan op een gewone sigaret is het een niet verslavende sigaret, omdat er een homeopathische dosering nicotine in zit, dus extreem lage doseringen. ... D10: Als je tabak als voorbeeld neemt, is ook bij e-sigaretten en vapes uiteindelijk nicotine het product waar ze zich zorgen om maken. Dat zit in de e-sigaretten. Mensen kunnen daar verslaafd aan raken. Het moet eigenlijk geen tabaksverbod zijn, het moet geen vape verbod zijn, maar het moet naar een nicotine verbod. Als iemand vapes gaat verkopen waar geen nicotine in zit, dan zal je zien dat ook het gebruik uiteindelijk omlaag zal gaan, omdat het minder verslavend wordt. Dat is mogelijk nog een volgende stap in het beleid, dus om die nicotine meer aan te pakken.

Tabel 10: Kansen, tekorten en obstakels van het e-sigarettenbeleid

Kansen/tekorten/obstakels	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
1. Illegale handel (via via, sociale media en over de EU grens)	X	X	X	X		X	X	X	X	X
2. Innovatieve / creatieve tabaksindustrie	X	X	X	X			X	X		X
3. Stoppen-met-vapen interventies	X	X					X	X		
4. Sociale media (promotie en verkoop)	X	X	X	X			X	X	X	
5. Leeftijdsgrens verhogen / (eerder) generatie verbod	X	X						X		X
6. E-sigaretten op recept (voorschrift)	X							X	X	X
7. Prijs verhogen / accijns			X	X		X	X	X		X
8. Vraagkant verlagen						X	X			X
9. Handhaving	X	X	X	X		X	X	X		X
10. Industrie biedt weerstand en worden beschermd							X	X		X
11. Gebrek aan kennis	X	X						X	X	X
12. Vergunningstelsel								X		
13. Afhankelijkheid EU richtlijnen / politiek			X	X		X	X	X		
14. Een groter pakket aan maatregelen					X	X				
15. Meer lokaal aanpakken		X							X	
16. Meer preventieve maatregelen							X			X
17. Meer monitoring										X
18. Nicotineverbod / minder verslavend maken							X	X		X