

35504 Wijziging van de Tabaks- en rookwarenwet om het reclameverbod aan te scherpen

NOTA NAAR AANLEIDING VAN HET NADER VERSLAG

De vaste commissie voor Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft nadere vragen naar aanleiding van de nota naar aanleiding van het verslag. Ik dank de leden van de fractie van de VVD en de leden van de fractie van de PVV voor hun inbreng. De vragen heb ik beantwoord in de volgorde waarin zij zijn gesteld. Ten behoeve van de leesbaarheid zijn de vragen genummerd.

Onderdelen van het reclameverbod

1.

De leden van de **VVD-fractie** vragen of de regering een inschatting heeft gemaakt welke inkomensderving een dergelijk verbod op vergoedingen zal betekenen voor de speciaalzaken. Deze vraag stelden deze leden eerder, maar in de reactie van de regering lazen zij enkel dat dergelijke inkomsten in strijd zouden zijn geweest met de wet. De vergoedingen zijn, zoals ook aangegeven door de regering, reeds 18 jaar lang algemeen gangbaar en vormen daarmee een belangrijke bijdrage aan de inkomsten van speciaalzaken. De leden van de VVD-fractie zouden deze vraag daarom graag willen herhalen. De wetsgeschiedenis van de Tabaks- en rookwarenwet geeft geen aanleiding te veronderstellen dat dergelijke vergoedingen bedoeld zijn te vallen onder de definitie van reclame, zo schrijven de leden. De leden vragen of de regering met de Memorie van Toelichting beoogt dat de Kamer zich uitspreekt over deze definitie. Deze vraag stelden deze leden eerder, maar in de reactie van de regering lazen zij niet of de regering hierover een uitspraak van de Kamer beoogt.

Onderzoek van de Nederlandse voedsel- en warenautoriteit (hierna: NVWA) heeft in 2019 inderdaad aangetoond dat er breed ongeoorloofde vergoedingen door tabaksfabrikanten aan verkooppunten worden verstrekt.¹ Gelet op de definitie van tabaksreclame is elke handeling in de economische sfeer met als doel de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen verboden.² Dit ruime verbod geldt reeds sinds lange tijd.³ Het verstrekken van vergoedingen voor het behalen van verkoopresultaten en andere vergoedingen die tot doel hebben de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen zijn aan te merken als handelingen in de economische sfeer met als doel de verkoop van dergelijke producten te bevorderen en vallen daarmee onder het reclameverbod. De NVWA heeft in het onderzoek naar deze vergoedingen niet opgetreden tegen vergoedingen specifiek voor promotiemateriaal, zoals gevelreclame, posters, displays en lichtbakken. Dergelijke vergoedingen zijn wettelijk verboden, al zou een passage uit de wetshistorie⁴ de verwachting hebben kunnen wekken dat dergelijke vergoedingen niet onder het reclameverbod zouden vallen. In mijn brief van 5 december 2019 heb ik, om eventuele verwarring hierover te beslechten, verduidelijkt dat alle vergoedingen die de verkoop van tabaksproducten

¹ Bijlage bij Kamerstukken II, 2019/20, 32 011, nr. 75.

² Definitie van reclame in artikel 1, eerste lid, in combinatie met artikel 5, eerste lid, van de Tabaks- en rookwarenwet.

³ De voorloper van de huidige Tabaks- en rookwarenwet, de Tabakswet, kende bij introductie in eerste instantie wel regels aan tabaksreclame maar geen reclameverbod (Stb. 1989, 615). Het brede reclameverbod is op 7 november 2002 in werking getreden (Stb. 2002, 362). In de Nota naar aanleiding van het verslag is abusievelijk vermeld dat het verbod reeds sinds 2001 geldt; in dat jaar zijn het wetsvoorstel en de nota van wijziging ingediend.

⁴ Kamerstukken II, 2000/01, 26472, nr. 7, p. 10–14 (paragraaf 4. "Bedrijfseffecten versus gezondheidswinst").

bevorderen, onder het reclameverbod vallen.⁵ In de memorie van toelichting op onderhavig wetsvoorstel noemt de regering voor de duidelijkheid nogmaals welke typen vergoedingen onder het reclameverbod vallen. De regering heeft de betreffende passage slechts met dit doel in de memorie van toelichting opgenomen. De omvang van de inkomsten die al bijna twintig jaar in strijd zijn met de wet zijn niet in kaart gebracht, aangezien het eventuele verlies daarvan niet voortvloeit uit de onderhavige wetswijziging.

2.

De leden van de **PVV-fractie** willen weten waarom ook vergoedingen aan verkooppunten, waarbij geen sprake is van "publiekelijke bekendheid geven aan het eigen product via openbare handelingen", toch onder de definitie van reclame vallen. De genoemde "positieve bedrijfseffecten" zijn het gevolg van vergoedingen aan verkooppunten die daarmee expliciet worden erkend en klaarblijkelijk niet onder het reclameverbod worden geschaard. De leden vragen waarom de regering niet erkent dat het hier gaat om vergoedingen aan verkooppunten. In de passage met '*sommen geld*' en '*betalen voor het plaatsen van promotiemateriaal*' wordt expliciet bedoeld op vergoedingen aan verkooppunten die dus niet vallen onder de definitie van reclame. De leden vragen waarom niet dit niet door de regering wordt erkend.

Uit de begripsomschrijving van reclame volgt dat elke handeling in de economische sfeer met als doel de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen is verboden.⁶ Hieronder valt ook het verstrekken van vergoedingen voor het behalen van verkoopresultaten en andere vergoedingen die tot doel hebben de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen. De aangehaalde teksten uit de toelichting bij een nota van wijziging uit 2001 doen daar in de ogen van de regering niet aan af.⁷ In mijn brief van 5 december 2019 heb ik aangegeven dat een passage in de wetsgeschiedenis (de teksten uit de hiervoor genoemde toelichting) mogelijk de verwachting zou kunnen wekken dat vergoedingen voor in het bijzonder het plaatsen van promotiemateriaal niet onder het reclameverbod zouden vallen (er wordt niet ingegaan op vergoedingen voor het behalen van verkoopresultaten, schapvergoedingen of andere vergoedingen die tot doel hebben de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen). In deze brief geef ik aan dat al deze vergoedingen - ook de vergoedingen voor het plaatsen van promotiemateriaal - wettelijk verboden zijn; de regering heeft dit in de memorie van toelichting op onderhavig wetsvoorstel nader geduïd. Hiermee wordt nogmaals verduidelijkt hoe de artikelteksten uit 2002 moeten worden uitgelegd.

3.

De leden vragen voorts of de regering kan aangeven op welke wijze afspraken met - en vergoedingen aan verkooppunten een verkoopbevorderend effect hebben op consumenten.

Alle vergoedingen van tabaksfabrikanten aan verkooppunten die tot doel hebben de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen zijn in strijd met het reclameverbod uit de Tabaks- en rookwarenwet. Het geven van een verkoopbonus voor het behalen van bepaalde verkoopresultaten heeft als doel de verkoop te bevorderen. Ook het geven van een vergoeding voor een plaats van het product in het schap of een betere plaats in het schap heeft als doel de verkoop van het product te bevorderen. Dit geldt ook voor vergoedingen voor exclusiviteit waarbij alleen de producten van één fabrikant worden verkocht. De NVWA heeft in het reeds aangehaalde onderzoek uit 2019 naar vergoedingen van tabaksfabrikanten aan tabaksspecialzaken in bijna alle onderzochte

⁵ Kamerstukken II, 2019/20, 32011, nr. 75.

⁶ Definitie van reclame in artikel 1, eerste lid, in combinatie met artikel 5, eerste lid, van de Tabaks- en rookwarenwet.

⁷ Kamerstukken II, 2000/01, 26472, nr. 7, p. 10-14 (paragraaf 4. «Bedrijfseffecten versus gezondheidswinst»).

samenwerkingsovereenkomsten deze en andere onrechtmatige afspraken over vergoedingen aangetroffen die tot doel hadden de verkoop tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen.

4.

Ook vragen deze leden of het de regering bekend is dat schapvergoedingen en andere commerciële afspraken sinds jaar en dag bestaan voor alle denkbare categorieën consumentenartikelen in alle detailhandels-kanalen.

Dat is de regering bekend. Het bestaan van een commerciële praktijk zoals deze doet echter niet af aan het feit dat dit specifiek voor tabaksproducten en aanverwante producten verboden is op grond van het reclameverbod, zoals dat is opgenomen in de Tabaks- en rookwarenwet.⁸ Tabaksproducten en aanverwante producten zijn geen normale producten en vallen daarom in sommige opzichten, zoals reclame, niet onder dezelfde regelgeving als andere producten.

5.

De leden van de fractie van de PVV vragen hoe, als er geen afspraken met en vergoedingen aan verkooppunten meer mogelijk zijn, dan de prestaties die gepaard gaan met de verkoop van het tabaksproduct, het aanhouden van een voorraad, het uitstallen van een product en het aanbrengen van promotiemateriaal in de tabaks-speciaalzaken, en het daadwerkelijk verkopen van het product kunnen worden gehonoreerd en betaald.

Op zowel tabaksproducten als aanverwante producten zit een marge die ook aan het verkooppunt ten goede komt.

6.

Deze leden schrijven dat er een uitzondering voor bepaalde vormen van tabaksreclame is opgenomen in de wet. Dit blijft beperkt tot speciaalzaken die alleen rookwaren (+ kranten en loten) verkopen en tabakswinkels met een omzet minder dan 700.000 euro per jaar, waarvan ten minste 75% uit tabak dient te bestaan. Daar zullen logischerwijs ook vergoedingen voor moeten worden betaald. Deze leden vragen of dergelijke vergoedingen voor speciaalzaken die reclame maken nog toegestaan?

De uitzonderingen voor de twee genoemde verkooppunten zijn uitzonderingen op het uitstalverbod als *lex specialis* van het reclameverbod.⁹ Voor deze uitgezonderde verkooppunten is het nog toegestaan tabaksproducten en aanverwante producten in de winkel te tonen. Mocht onderhavig wetsvoorstel tot wet worden verheven en in werking treden, dan zullen genoemde verkooppunten ook uitgezonderd zijn van de nieuwe regel dat er geen reclame meer mag worden getoond in een verkooppunt. Van alle andere onderdelen en facetten van het reclameverbod die nu al gelden, waaronder (schap)vergoedingen of verkoopbonussen, het verbod op sponsoring en productplaatsing, het verbod om gratis tabaksproducten of aanverwante producten te verstrekken, maar ook het voorgestelde verbod op gevelreclame, zijn zij niet uitgezonderd.

7.

De leden vragen voorts hoe een retailer aan een vergoeding voor zijn kosten en een winstopslag kan komen bij de verkoop van tabaksproducten, als hij geen afspraken meer mag maken. Zij vragen of het maken van afspraken in de keten niet vanzelfsprekend en onvermijdelijk is. Zij vragen of het in het kader van de Mededingingswet niet onvermijdelijk is dat er tussen de verschillende fabrikanten en de verschillende retailers verschillen in vergoedingen gaan ontstaan en dat daarmee een retailer eerder het product met een hogere vergoeding zal verkopen dan producten met een lagere vergoeding. Op grond van de bestaande

⁸ Zie voetnoot 6.

⁹ Artikel 5, derde lid, van de Tabaks- en rookwarenwet.

accijnsregelgeving bepaalt de fabrikant (middels het vaststellen van de zogenoemde fabrieksprijs) de consumenteneindprijs van een tabaksproduct (zie opmerking blz. 6) De leden vragen op welke wijze een tabakswinkelier een vergoeding voor zijn kosten en een redelijke winst-marge kan bedingen als er geen afspraken mogen worden gemaakt en geen vergoedingen mogen worden betaald. Zij vragen welke gevolgen heeft dit in het kader van de mededingingswetgeving.

Alle handelingen en vergoedingen van fabrikanten die onder het reclameverbod vallen, zijn niet toegestaan. Verkooppunten van tabaksproducten en aanverwante producten kunnen de kosten en winststopslag uit de marge tussen de inkoopprijs en de verkoopprijs van de producten financieren. Het invloed uitoefenen op de wijze van verkoop bij de verkooppunten, bijvoorbeeld door de marge zodanig scherp vast te stellen dat vergoedingen zoals verkoopbonussen voor verkooppunten een steeds belangrijker bron van inkomsten worden, is verboden. De wijze waarop een verkooppunt zijn kosten vergoed krijgt en ook winst maakt moet in overeenstemming zijn met het reclameverbod en met andere wetgeving zoals de Mededingingswet.

8.

Deze leden vragen of de regering met dit voorstel tevens een aanpassing van de Accijnswet beoogt, in die zin dat de vaste prijs van tabaksproducten voor consumenten wordt losgelaten en dat detaillisten de ruimte krijgen over hun marge te onderhandelen met groothandel en/of fabrikanten.

Onderhavig wetsvoorstel ziet enkel op een aanpassing van de Tabaks- en rookwarenwet. Het reclameverbod wordt zo aangescherpt dat de tot op heden geoorloofde gevelreclame, etalagereclame en reclame in verkooppunten verboden wordt.

9.

De leden van de PVV-fractie vragen of de regering erkent dat het verbieden van reclamevergoedingen meer is en grotere financiële gevolgen heeft voor de tabakswinkelier dan 'het weghalen van aanwezige reclame'. Zij vragen waarom de financiële consequenties voor de tabakswinkeliers als gevolg van het wegvallen van alle reclamevergoedingen niet in zijn kaart gebracht.

Zoals aangegeven in de antwoorden op de vragen 1 en 2 van de leden van de VVD-fractie en de PVV-fractie is het verboden reclame te maken voor tabaks- en aanverwante producten. In de Tabaks- en rookwarenwet, en voorheen in de Tabakswet, geldt een breed reclameverbod gekoppeld aan een brede definitie van reclame, waaruit ook voortvloeit dat dit soort betalingen verboden zijn.¹⁰ Het verbod vloeit niet voort uit onderhavig voorstel van wet. Zoals ook aangegeven in het antwoord op vraag 1 van de leden van de VVD-fractie zijn de financiële consequenties van het wegvallen van inkomsten die al bijna twintig jaar in strijd zijn met de wet niet in kaart gebracht, aangezien het wegvallen niet voortvloeit uit het onderhavige wetsvoorstel.

10.

Deze leden vragen of de regering bereid is, gelet op de jarenlange gebruikelijke en legitieme praktijk van vergoedingen in de tabaksbranche en daarbuiten, alsmede het feit dat uit de wetsgeschiedenis van de Tabaks- en rookwarenwet blijkt dat vergoedingen zijn uitgezonderd van het reclameverbod, het verbod op vergoedingen te heroverwegen.

Nee, hiertoe is de regering niet bereid. Ik verwijs de leden naar het antwoord op vraag 2 van deze leden. Het verstrekken van vergoedingen voor het behalen van verkoopresultaten en andere vergoedingen die tot doel hebben de verkoop van

¹⁰ Voor de introductie van de huidige definitie van tabaksreclame waren in de Tabakswet ook regels aan reclame gesteld, met een beperkter bereik. Zie voetnoot 3.

tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen zijn aan te merken als handelingen in de economische sfeer met als doel de verkoop van producten te bevorderen en vallen daarmee onder het reclameverbod. Het toestaan van vergoedingen die de verkoop van tabak moeten stimuleren past niet bij de ambitie voor een rookvrije generatie in 2040, en is niet in de geest van het WHO-Kaderverdrag inzake tabaksontmoediging. Het is van groot belang dat het roken verder wordt teruggedrongen: jaarlijks sterven er 20.000 mensen aan de gevolgen van roken. We kunnen het ons daarom niet permitteren om een stap terug te zetten.

11.

De leden van genoemde fractie vragen waarom, als in de Memorie van Toelichting geen verruiming van de bestaande definitie van reclame beoogd wordt, maar slechts een verduidelijking in die zin dat vergoedingen altijd als reclame beschouwd werden, daar dan in de 18 jaar dat de huidige definitie in de Tabakswet staat opgenomen nooit eerder tegen is opgetreden? Zij vragen waarom, als de bewuste passage in de Memorie van Toelichting daarentegen de bedoeling heeft de definitie van reclame op te rekken, waarom die maatregel dan niet voorzien is in het Nationaal Preventieakkoord. Tot slot vragen zij, of, als de bewuste passage inderdaad de bedoeling heeft de definitie van reclame op te rekken, het dan niet de voorkeur zou genieten, mede gelet op de zeer verstrekende gevolgen voor de detailhandel in het algemeen, om dit te regelen middels een formele wetswijziging, na een debat in het parlement en niet door een terloopse opmerking in de Memorie van Toelichting.

Het toezicht op het reclameverbod met betrekking tot de vergoedingen zoals verkoopbonussen, waaronder het bepalen of een vergoeding een overtreding van het reclameverbod vormt, is complex en tijdsintensief. In de voorafgaande jaren heeft het reclametoezicht van de NVWA zich voornamelijk op openlijke reclame voor tabak en daarna ook voor aanverwante producten zoals e-sigaretten gericht. Nu openlijke tabaksreclame vrijwel niet meer voorkomt door een betere naleving en de handhavingsacties van de NVWA kan meer handhavingscapaciteit worden ingezet op andere (minder zichtbare) vormen van reclame. Specifiek voor vergoedingen voor het plaatsen van promotiemateriaal speelde ook de reeds besproken passage uit de wetsgeschiedenis een rol die de handhaafbaarheid op dit punt niet ten goede kwam.

Advisering en consultatie

12.

De leden van de PVV-fractie leden merken op dat de regering erkent dat wanneer een roker volledig overstapt op dampen dit gezondheidswinst kan opleveren, maar dat uit de praktijk blijkt dat veel gebruikers naast e-sigaretten ook tabakssigaretten blijven roken (dual gebruikers) waardoor geen gezondheidswinst wordt geboekt. De ervaring uit andere landen leert dat een actieve rol van de overheid in feitelijke informatieverstrekking over de elektronische sigaret als minder schadelijk alternatief voor het roken van sigaretten het volledig overstappen op de elektronische sigaret bespoedigt. Ook het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) erkent dat de roker belang heeft bij correcte en begrijpelijke informatie over minder schadelijke producten zoals de elektronische sigaret. De leden vragen of de regering kan bevestigen dat wanneer een roker volledig overstapt op de e-sigaret er gezondheidswinst wordt geboekt. Zo nee, waarom niet, zo vragen zij. De leden van de PVV-fractie vragen voorts hoe de regering van plan is om de gezondheidswinst te benutten die kan worden geboekt wanneer een roker volledig overstapt op dampen. Tevens vragen deze leden of de regering voornemens is om informatie voor volwassen rokers beschikbaar te stellen over de gezondheidswinst die kan worden geboekt wanneer zij volledig overstappen op de e-sigaret. Zo nee, waarom niet, zo vragen zij. Zo ja, hoe gaat de regering daar gehoor aan geven, vragen deze leden.

Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat wanneer er volledig wordt overgestapt van het roken van de tabakssigaret naar het gebruik van de e-sigaret dit minder schadelijk is dan het roken van tabak of duaal gebruik, en er dus gezondheidswinst kan worden geboekt. De grootste gezondheidswinst wordt echter behaald als rokers volledig stoppen met roken, en in dat proces niet op een vervangend schadelijk product overstappen, zoals de e-sigaret. Daarom is het beleid van de regering gericht op het stimuleren van rokers om te stoppen met roken. Dit sluit goed aan bij de wens van 80% van de rokers die zegt te willen stoppen met roken. Met het Nationaal Preventieakkoord wordt ingezet op het vergroten van het aantal effectieve stoppogingen. Voor het stoppen met roken zijn verschillende bewezen effectieve en veilige methoden beschikbaar. Over e-sigaretten bestaat zorg, onder andere over de gezondheidsschade op langere termijn, het risico op terugval in tabaksgebruik, het ondermijnen van de stopwens, de aantrekkelijkheid voor consumenten die geen tabaksproducten of aanverwante producten gebruiken en of deze producten werkelijk kunnen bijdragen aan een netto-daling van het aantal rokers. Dit zijn de redenen waarom het gebruik van de e-sigaret zou moeten worden beperkt tot de groep rokers die het echt niet lukt om te stoppen met de bewezen effectieve hulpmiddelen.

13.

De leden van genoemde fractie vragen of de regering inzichtelijk kan maken hoe het percentage e-sigarettengebruikers die ook tabakssigaretten blijven roken (dual gebruikers) zich verhoudt tot het percentage dual gebruikers in het Verenigd Koninkrijk. Indien ja, kan de regering toezeggen dat deze antwoorden worden gedeeld voor de plenaire behandeling van het wetsvoorstel, zo vragen zij. Zo nee, waarom niet, vragen de leden. Voorts vragen zij of de regering inzichtelijk kan maken hoe het Verenigd Koninkrijk en Nieuw-Zeeland, landen met een strikt anti-rookbeleid, omgaan met de informatieverstrekking over e-sigaretten. Zo ja, kunnen we daar in de Nederlandse context lering uit trekken, en zo nee, waarom niet, zo vragen de leden.

Het percentage gebruikers van de e-sigaret dat ook nog tabakssigaretten rookt ligt in het Verenigd Koninkrijk lager dan in Nederland. In 2019 was dit in het Verenigd Koninkrijk 38,3%. In Nederland was in 2019 van de regelmatige e-sigaret gebruikers ongeveer 62% een tabaksroker. In Nieuw-Zeeland en het Verenigd Koninkrijk wordt het gebruik van de e-sigaret actief gestimuleerd als middel om te stoppen met roken. Zoals in het antwoord op voorgaande vraag van de leden is aangegeven is de regering geen voorstander van een dergelijk beleid.

14.

De leden van de PVV-fractie merken op dat de regering blijft volharden dat er aanwijzingen zijn dat de e-sigaret een opstapproduct is naar roken, en dat de smaakjes in e-sigaretten het aantrekkelijk zouden maken voor jongeren. Uit de meest recent gepubliceerde cijfers van het Trimbos instituut wordt echter geconcludeerd dat maar 1,6% van de volwassen bevolking de e-sigaret met regelmaat gebruikt, en dat deze groep vrijwel uitsluitend uit (ex)rokers bestaat. Zo heeft maar 0,2% van de e-sigarettengebruikers daarvoor nooit gerookt. Daarnaast blijkt uit de meest recente Trimbos cijfers dat het aantal jongeren dat, ondanks de aanwezigheid van e-sigaretten met smaakjes, vorig jaar heeft geëxperimenteerd met een e-sigaret met 9 procentpunten is teruggelopen t.o.v. 2015 (van 34% in 2015 naar 25% in 2019) en dat van regelmatig gebruik onder jongeren geen sprake is. De leden vragen of de regering kan bevestigen dat de Trimbos data aantonen dat de e-sigaret geen opstap is naar roken en er van structureel gebruik onder jongeren nauwelijks sprake is. Zo ja, waarom wordt de e-sigaret dan niet uitgezonderd van de aanscherping van het reclameverbod, gezien de gezondheidswinst die geboekt kan worden wanneer rokers volledig overstappen, zo vragen zij. Het Trimbos Instituut heeft het in haar e-sigaret factsheet alleen over aanwijzingen, en stelt verder dat nader onderzoek nodig is naar de invloed van e-sigaret gebruik op het gebruik van tabakssigaretten. De leden vragen welk wetenschappelijk bewijs de regering kan delen waaruit blijkt dat de e-sigaret een opstap zou zijn naar het roken van gewone sigaretten.

De leden van de PVV-fractie merken voorts op dat de regering in zijn beantwoording stelt dat: *'Uitgaande van het voorzorgsprincipe is het advies van Trimbos dan ook dat de Nederlandse volksgezondheid het meest gebaat is bij ontmoediging van het gebruik van e-sigaretten ...'* en *'De bevindingen van Trimbos ondersteunen mijn visie - en die van alle maatschappelijke partners die betrokken zijn bij de afspraken uit het Nationaal Preventieakkoord om roken terug te dringen - dat een rookvrije generatie ook een e-sigaretvrije generatie moet zijn.'* Deze leden vragen of de regering opheldering kan vragen aan het Trimbos Instituut hoe het advies om uit voorzorg het gebruik van e-sigaretten te ontmoedigen zich verhoudt tot de Trimbos data die aantonen dat de e-sigaret geen opstap is naar roken en er van structureel gebruik onder jongeren nauwelijks sprake is. Zo ja, dan vragen de leden of de minister kan toezeggen dat deze antwoorden worden gedeeld voor de plenaire behandeling van het wetsvoorstel. Zo nee, waarom niet, zo vragen zij.

De regering is verheugd over het feit dat het gebruik van de e-sigaret onder jongeren is gedaald. Toch zijn er nog steeds zorgen over het grote aantal jongeren dat het schadelijke product gebruikt en op deze manier mogelijk afhankelijk wordt van nicotine. In het streven naar een rookvrije generatie is geen plek voor de e-sigaret en daarom vind ik het belangrijk het gebruik van de e-sigaret verder te ontmoedigen.

Het *aantal* jongeren dat een product gebruikt zegt overigens niets over het feit of het een opstapproduct zou kunnen zijn. Het Trimbos-Instituut stelt in de factsheet elektronische sigaret op basis van het wetenschappelijk onderzoek dat het aannemelijk is dat het gebruik van e-sigaretten een opstap kan zijn voor jongeren om te gaan roken. De conclusie van het Trimbos dat uitgaande van het voorzorgsprincipe de Nederlandse volksgezondheid het meest gebaat is bij ontmoediging 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, is echter niet alleen gebaseerd op de signalen dat de e-sigaret een opstapproduct kan zijn. Met name het risico op een nicotineverslaving, de schadelijkheid op de korte termijn en de onduidelijkheid over de gezondheidsschade op de lange termijn, zijn belangrijke redenen om te stellen dat het gebruik van de e-sigaret uit voorzorg ontmoedigd zou moeten worden. De regering ziet dan ook geen tegenstrijdigheid tussen de gebruikscijfers van de e-sigaret onder jongeren en het voorzorgsprincipe dat wordt toegepast.

Het vigerende reclameverbod in de Tabaks- en rookwarenwet is van toepassing op tabaksproducten en aanverwante producten, waaronder de elektronische sigaret. De regering ziet geen aanleiding om aanverwante producten uit te sluiten van het vigerende reclameverbod, noch van de voorgestelde aanscherping van het reclameverbod.

15.

De leden van genoemde fractie vragen of de regering heeft kennisgenomen van het artikel "Gebruiker e-sigaret koopt bij strengere regels in het buitenland" in het Financieel Dagblad van 6 oktober 2020. Zij vragen of de regering de conclusie van het consumentenonderzoek uitgevoerd door brancheorganisaties Esigbond en Acvoda deelt dat bij meer regels voor e-sigaretten, zoals een smaakverbod, standaardverpakkingen en een reclameverbod, een meerderheid van de e-sigaret gebruikers dampproducten en smaakvloeistoffen in het buitenland of in het illegale circuit zal kopen, zelf vloeistoffen gaan maken of weer terugvallen naar roken. Zo ja, is het dan niet beter om differentiatie toe te passen tussen wetgeving voor e-sigaretten en wetgeving voor tabakssigaretten, zo vragen zij. Zo nee, wat gaat de regering doen om de Amerikaanse situatie, waarbij het zelf mengen van illegale oliën en smaakjes wordt voorkomen, vragen de leden.

De regering heeft kennisgenomen van bovengenoemd artikel. Bij het invoeren van wettelijke maatregelen bestaat het risico dat de grensoverschrijdende verkoop toeneemt. Dit is onder andere de reden waarom de regering voorstander is van

een geharmoniseerde Europese aanpak om het gebruik van de e-sigaret te ontmoedigen.

Zoals ook is aangegeven in het antwoord op vraag 13 van deze leden is het aandeel gebruikers van de e-sigaret dat ook tabakssigaretten rookt hoog. De kans dat mensen doordat zij nicotineverslaafd blijven, en nog gewend zijn aan de handeling, teruggrijpen naar de reguliere sigaret laat zien dat het belangrijk is om beide producten te ontmoedigen. Het zelfstandig mengen van illegale substanties is zeer onverstandig, omdat het tot schadelijkere damp kan leiden dan bij reguliere vloeistoffen. De gezondheidsproblematiek in de Verenigde Staten sterkt de regering ook in de visie dat verdere ontmoediging van de e-sigaret nodig is.

16.

Voorts vragen deze leden of de regering bekend is met de nieuwste studie van de Cochrane Tobacco Addiction Group "Electronic cigarettes for smoking cessation". Zij vragen wat de reactie van de regering is op de conclusie uit deze studie dat e-sigaretten (met nicotine) worden beschouwd als een beter alternatief om te stoppen met roken dan de behandeling met andere nicotine vervangende alternatieven. Is de regering naar aanleiding van deze studie ook meer overtuigd dat de e-sigaret juist zou moeten worden omarmd als het beste alternatief om met roken te stoppen, zo vragen zij.

De regering is bekend met deze nieuwste studie van de Cochrane Tobacco Addiction Group. In deze studie wordt geconcludeerd dat het gebruik van de e-sigaret met nicotine kan helpen bij het stoppen met roken. Hoewel de regering deze conclusie gedeeltelijk onderschrijft waar het gaat om mensen die het niet gelukt is met de bewezen effectieve middelen - zoals begeleiding door een stopcoach - te stoppen met roken, is zij ook van mening dat de uitkomsten van deze onderzoeken niet goed toepasbaar zijn op de Nederlandse situatie. In Nederland ligt het succespercentage voor stoppen met roken met behulp van nicotine-vervangende middelen in combinatie met gedragsmatige ondersteuning een stuk hoger (17%) dan de onderzoeksresultaten uit het Verenigd Koninkrijk (9,9%). Ook bij andere vormen van stoppen-met-roken interventies worden succespercentages gevonden die vergelijkbaar zijn met het in de studie gevonden succespercentage van 18% bij gebruik van e-sigaretten. Tevens blijkt uit dat onderzoek dat onder de groep die stopte met behulp van de e-sigaret 80% na een jaar nog steeds de e-sigaret gebruikte, terwijl van de groep die stopte met behulp van nicotinevervangende middelen maar 9% deze middelen na een jaar nog gebruikte. Gezien de schadelijke effecten van de e-sigaret is de e-sigaret enkel geschikt als een laatste middel om te stoppen met roken, en alleen als het nicotineniveau en het gebruik van de e-sigaret direct worden afgebouwd.

17.

De leden van de PVV-fractie vragen of de regering bereid is alsnog een mkb-toets - die uit meer aspecten bestaat dan alleen de gevolgen voor de regeldruk - te laten uitvoeren op alle tot nu toe ingevoerde en nog in te voeren maatregelen uit het Nationaal Preventieakkoord voor de tabakswinkeliers.

De regeldrukgevolgen worden voor alle partijen in de toelichting van alle regelgeving in kaart gebracht. Het Adviescollege Toetsing Regeldruk toetst vervolgens de voorgenomen wet- en regelgeving op de regeldrukeffecten. Wanneer de concept-wetgeving op internet wordt gepubliceerd is het voor iedereen, dus ook voor deze MKB-ondernemers, mogelijk om te reageren op de nieuwe regels en te bepalen of deze werkbaar zijn. In die fase kan de concept-regelgeving worden aangepast. Een MKB-toets is daarmee in de ogen van regering niet nodig. Daarnaast is de Nederlandse overheid op grond van artikel 5.3 van het van het WHO-Kaderverdrag inzake tabaksonthouding zeer terughoudend met contacten met de tabaksindustrie, om te voorkomen dat de tabaksindustrie invloed kan uitoefenen op het tabaksbeleid.

18.

Genoemde leden schrijven dat vergoedingen aan verkooppunten en andere commerciële afspraken sinds jaar en dag bestaan voor alle denkbare categorieën consumentenartikelen in alle detailhandelskanalen. Zij vragen waarom de definitie anders in het geval van tabaksproducten.

Zoals aangegeven in het antwoord op de vragen 4 en 10 van de leden van deze fractie, betreft het producten waaraan als gevolg van het gebruik 20.000 mensen per jaar overlijden. Tabaksproducten en aanverwante producten zijn apart van andere producten gereguleerd in de Tabaks- en rookwarenwet, waarbij, soms in tegenstelling tot normale consumentenproducten, strenge regels gelden ten aanzien van onder meer de verkoop, de reclamemogelijkheden, de leeftijd waarop het product mag worden aangeschaft, en het verbod om het product consumeren op allerlei (in pandige) plaatsen. Al deze regels zijn opgesteld vanuit het belang de volksgezondheid te beschermen tegen de ernstige gevolgen van roken en meeroken. Mede ter implementatie van het WHO-Kaderverdrag inzake tabaksontmoediging, past daarbij een verdergaand, strikter kader ten aanzien de mogelijkheden reclame te maken.

De staatssecretaris van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport,

Paul Blokhuis