



Nederlandse Voedsel- en
Warenautoriteit
Ministerie van Landbouw, Visserij,
Voedselzekerheid en Natuur

Monitor nieuwe verkooppunten van rookwaren Oktober - november 2024

April 2025

Deze factsheet beschrijft de ontwikkelingen bij verkooppunten van rookwaren (zoals tabak en vapes) in navolging van de wijziging van de Tabaks- en rookwarenwet van 1 juli 2024, die de verkoop van rookwaren bij supermarkten en horeca verbiedt.

In het kort

Sinds 1 juli 2024 is het verkoopverbod van rookwaren bij supermarkten en horeca van kracht. Vanwege het reeds geldende verbod op tabaksautomaten werden er nog weinig rookwaren in de horeca verkocht. Bij de supermarkten zou de verkoop van rookwaren bij ruim 6.000 locaties vervallen. Naar verwachting zouden daarvoor ongeveer 800 nieuwe verkooppunten (of speciaalzaken) kunnen openen¹.

Een bijzonder type verkooppunt is de speciaalzaak. Speciaalzaken zijn onder voorwaarden uitgezonderd van het uitstalverbod en reclameverbod voor rookwaren. In dat geval moeten zij geregistreerd zijn bij de NVWA. Er zijn twee typen speciaalzaken, namelijk speciaalzaken welke enkel tabaksproducten, aanverwante producten (en daarbij behorende accessoires), deelnamebewijzen aan kansspelen en dagbladen verkopen (categorie [lid 1](#) van artikel 5.9 uit het Tabaks- en rookwarenbesluit) en speciaalzaken met een jaaromzet van maximaal 700.000 euro waarvan minimaal 75 procent behaald is uit rookwaren (categorie [lid 2](#) van artikel 5.9 uit het Tabaks- en rookwarenbesluit). Van dit tweede type speciaalzaken kunnen zich geen nieuwe bedrijven meer aanmelden na 1 januari 2021.

Het voornemen bestaat om de vermindering van het aantal verkooppunten van rookwaren gefaseerd te laten plaatsvinden; vanaf 2032 zouden rookwaren (zoals tabak en vapes) uitsluitend nog verkocht mogen worden bij speciaalzaken.

In deze factsheet wordt eerst ingegaan op de ontwikkeling van het aantal verkooppunten en speciaalzaken. Daarna wordt gekeken naar de inrichting van de nieuwe verkooppunten. Dit zijn verkooppunten die sinds 2021 zijn geopend in Nederland.

Werkwijze

¹ Nota van toelichting bij het Besluit van 10 april 2024, houdende wijziging van het Tabaks- en rookwarenbesluit in verband met het verbieden van de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten in supermarkten en horeca-inrichtingen

Aantallen verkooppunten

Om het aantal nieuwe verkooppunten te bepalen, is er gekeken naar de nieuwe registraties bij de Kamer van Koophandel (KvK) met de SBI-code 47.26 (Winkels in tabaksproducten), naar het aantal speciaalzaken dat zich heeft geregistreerd bij de NVWA en data van Locatus. (Locatus is een externe data leverancier die gegevens van fysieke bedrijven registreert. Het gaat om bedrijven waar consumenten een product of dienst kunnen afnemen, waaronder retail en horeca.) Omdat het kabinet al in november 2020 de beslissing had gemaakt dat de verkoop in supermarkten verboden zou worden, is de ontwikkeling van het aantal verkooppunten sinds 2021 onderzocht.

Lokaliseren en inrichting verkooppunten

In oktober-november 2024 zijn door de NVWA anonieme monitoringsbezoeken bij een steekproef van 64 nieuw geopende verkooppunten uitgevoerd. Bij deze nieuwe verkooppunten is zowel hun online bekendheid als fysieke locatie gemonitord. Tijdens deze monitoringsbezoeken is er niet handhavend opgetreden.

Resultaten

Aantallen verkooppunten

Van 1 januari 2021 tot en met 31 december 2024 registreerden zich in totaal 930 verkooppunten met de SBI-code 47.26 bij de KvK. Rekening houdend met het aantal zaken dat gestopt is in de periode 2021-2024 (140) en vestigingen van nieuwe verkooppunten in locaties die eerder al tabak verkochten (134), komt het netto aantal nieuwe verkooppunten tussen 2021 en 2024 uit op 656. Van de nog bestaande 790 vestigingen (656 plus 134) hebben 609 de verkoop van tabaksproducten als hoofdactiviteit. De overige 181 hebben deze code als nevenactiviteit.

Van de 656 verkooppunten kunnen 266 vestigingen als speciaalzaken worden geïdentificeerd. Deze potentiële identificatie is op basis van de registratie in Locatus als speciaalzaak, de registratie als speciaalzaak bij de NVWA en/of onderdeel uitmakend van een alleen uit speciaalzaken bestaande winkelformule.

Tabel 1 Aantal nieuwe verkooppunten van rookwaren geregistreerd bij de Kamer van Koophandel

Jaar vestiging	Speciaalzaken	Verkooppunten	Totaal
2021	25	69	94
2022	16	81	97
2023	80	101	181
2024	145	139	284
Totaal	266	390	656

Het huidige registratiesysteem van de NVWA bevatte op 21 oktober 2024 in totaal 395 lid 1 speciaalzaken en 238 lid 2 speciaalzaken. In tabel 2 is het verloop van het aantal registraties over verschillende jaren opgenomen.

*Tabel 2 Aantal bij de NVWA geregistreerde speciaalzaken eind 2021, 2023 en 2024**

Jaar	Lid 1	Lid 2	Totaal
2021	136	375	511
2023	255	299	554
2024 (stand van zaken 21/10/24)	395	238	633

** De stand van zaken in 2022 kon niet uit het registratiesysteem worden achterhaald.*

Het aantal lid 1 registraties is in de totale periode met 259 (190%) gegroeid. Het aantal lid 2 registraties is logischerwijze gedaald in de loop der jaren. Dit komt doordat lid 2 speciaalzaken zich niet meer kunnen registreren bij de NVWA sinds 1 januari 2021. Er zijn lid 2 speciaalzaken die hun registratie omgezet hebben naar een lid 1 registratie en er speciaalzaken die zijn gestopt.

De NVWA ziet ook ontwikkelingen in retail formules. Er zijn een aantal nieuwe formules op de markt gekomen. Ook is er toename in het aantal formule-verkooppunten. Dit wijst erop dat er veranderingen gaande zijn in de organisatie van de detailhandel in rookwaren.

Lokaliseren en inrichting verkooppunten

De steekproef van nieuwe verkooppunten werd geanalyseerd op basis van hun KvK registratie. Onder de 64 nieuwe verkooppunten zijn 57 nieuw geopende zaken en 7 zaken waren al voor 2021 een verkooppunt van rookwaren (11%) maar zijn opnieuw aangemeld (bijvoorbeeld door verandering van eigenaar).

Bij deze 64 verkooppunten is er online onderzoek gedaan en onderzoek fysiek op de locatie. Tijdens het online onderzoek is gekeken naar Google Maps en social media. Tijdens het onderzoek op locatie is gekeken of het verkooppunt in de buurt van een supermarkt was gevestigd, of het verkooppunt een speciaalzaak kan zijn en welke communicatiekanalen er worden gebruikt in de speciaalzaak.

Het online onderzoek

De nieuwe verkooppunten werden eerst online onderzocht. Hieruit bleek dat 58 van de fysieke verkooppunten (91%) online te vinden zijn. Ook werd er gekeken of de bedrijven een bedrijfsprofiel hebben op Google Maps. Dit bleek voor 52 verkooppunten (81%) het geval te zijn. Op het bedrijfsprofiel kunnen foto's worden toegevoegd. Er werd gekeken naar welke foto's aanwezig waren. In 44 bedrijfsprofielen (85% van de verkooppunten met een bedrijfsprofiel) is er minimaal 1 foto van de gevel gevonden en in 23 bedrijfsprofielen (44%) is er minimaal 1 foto van het interieur van het verkooppunt gevonden. Er werd nog specifiek gekeken naar de 37 verkooppunten die zich, op basis van hun assortiment, als speciaalzaken zouden kunnen registreren. Bij 15 bedrijfsprofielen (41%) waren er 1 of meer foto's van binnen de winkel te zien. Speciaalzaken mogen onder voorwaarden nog reclame in hun winkel maken en producten uitstallen. Het plaatsen van dit soort foto's waarop de reclame en producten zichtbaar zijn op Google Maps kan een overtreding van het reclameverbod zijn.

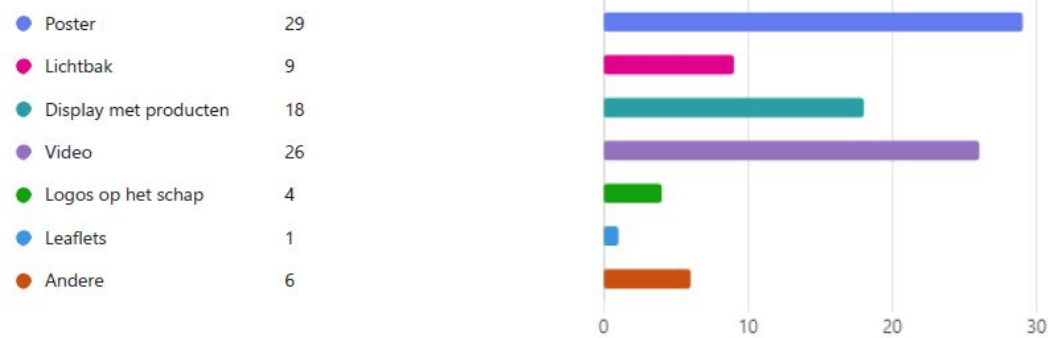
Er werd ook gekeken naar andere digitale communicatiekanalen van alle verkooppunten. Die kanalen werden minder gebruikt dan het maken van een bedrijfsprofiel op Google Maps. In totaal hadden 15 (23%) verkooppunten een internetsite, 11 (17%) een Facebook-pagina en 4 (6%) een Instagram account.

Het onderzoek op locatie

Na het online onderzoek vond een onderzoek op locatie plaats. Hieruit blijkt dat 53 (83%) van de nieuwe verkooppunten gevestigd was op kijkafstand van een supermarkt. Alle verkooppunten hadden een eigen ingang.

In alle 27 verkooppunten die niet onder de definitie van speciaalzaken zouden kunnen vallen, werd het uitstalverbod en het reclameverbod nageleefd. De overige 37 verkooppunten kunnen op basis van hun geconstateerd assortiment als speciaalzaken (lid 1) worden gedefinieerd. Deze mogen, mits geregistreerd bij de NVWA, onder voorwaarden rookwaren zichtbaar uitstallen en reclame voor rookwaren maken. In deze speciaalzaken heeft de NVWA een groot aantal aan diverse reclamematerialen geconstateerd (tabel 3). Bij 13 (35%) van deze speciaalzaken werd vastgesteld dat de deur open stond, waardoor rookwaren of reclame daarvoor van buitenaf zichtbaar waren; dit is een overtreding van het reclameverbod

Tabel 3: Vormen van reclamematerialen die aanwezig zijn in speciaalzaken (op een totaal van 37 bezochte nieuwe speciaalzaken)



Vervolgaanpak

Het is van belang om de ontwikkelingen van de verkooppunten en speciaalzaken te blijven monitoren voor de doorontwikkeling van het toezicht en als input voor eventuele beleidsmatige keuzes. Uit de huidige resultaten is op te maken dat veel nieuwe verkooppunten en speciaalzaken zich hebben gevestigd rondom supermarkten waar de verkoop sinds 1 juli 2024 niet meer is toegestaan. Daartegenover staan ruim 6.000 verkooppunten (supermarkten) die geen rookwaren meer verkopen.

Alhoewel de meeste nieuwe verkooppunten aan de eisen voldoen, waren reclame en producten bij een derde van de nieuwe speciaalzaken nog van buiten door de open deur zichtbaar. Hierop zal de NVWA blijven handhaven. Verder zal worden nagegaan of het online tonen van het interieur van de winkels door de platformen kan worden tegengegaan.

De NVWA blijft de trends in de ontwikkelingen van de verkooppunten van rookwaren volgen om te zorgen dat de regels worden nageleefd. Met het bevorderen van de naleving draagt de NVWA bij aan de doelstelling van het Nationaal Preventieakkoord en de rookvrije generatie.