



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Tabaksaccessoires

Producten die tabak aantrekkelijk maken

RIVM-rapport 2021-0091

C.G.G.M. Pauwels et al.



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Tabaksaccessoires

Producten die tabak aantrekkelijk maken

RIVM-rapport 2021-0091

Colofon

© RIVM 2022

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM), de titel van de publicatie en het jaar van uitgave.

Het RIVM hecht veel waarde aan toegankelijkheid van haar producten. Op dit moment is het echter nog niet mogelijk om dit document volledig toegankelijk aan te bieden. Als een onderdeel niet toegankelijk is, wordt dit vermeld. Zie ook www.rivm.nl/toegankelijkheid.

DOI 10.21945/RIVM-2021-0091

C.G.G.M. Pauwels (auteur), RIVM
A. Havermans (auteur), RIVM
W.N.M. Klerx (auteur), RIVM
L. Van Nierop (auteur), RIVM
I. Hegger (auteur), RIVM
R. Talhout (auteur), RIVM

Contact:
Reinskje Talhout
Centrum voor gezondheidsbescherming (GZB)
Reinskje.talhout@rivm.nl

Dit onderzoek werd verricht in opdracht van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport in het kader van programma 5 Risicoschatting en -beoordeling ten bate van Beleid (RBB) <2020 ADD.RBB.08>.

Dit is een uitgave van:
**Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu**
Postbus 1 | 3720 BA Bilthoven
Nederland
www.rivm.nl

Publiekssamenvatting

Tabaksaccessoires

Producten die tabak aantrekkelijk maken

Sommige rokers hebben behoefte aan tabaksproducten met een smaak en aan producten die minder schadelijk zijn. Hiervoor zijn zogenoemde tabaksaccessoires ontwikkeld. Het RIVM onderscheidt producten die smaak toevoegen (smaakaccessoires), producten met een claim dat ze schadelijke stoffen weghalen uit de rook (schadelijkheidsreductie-accessoires), en overige accessoires.

Voorbeelden van smaakaccessoires zijn smaakfilters, smaaksprays en smaakkaartjes. Er is veel keuze en 9 procent van de rokers gebruikt ze. Driekwart van hen kiest voor een product met mentholsmaak. Deze accessoires maken het roken van een mentholsigaret mogelijk. Sinds het verbod op mentholsigaretten in mei 2020 worden deze accessoires 10 procent meer verkocht.

Schadelijkheidsreductie-accessoires worden gebruikt door 4 procent van de rokers. Uit onderzoek van het RIVM blijkt dat sommige filters meer dan de helft van de teer en nicotine wegnemen. Het is echter niet duidelijk of deze verlaging betekent dat het product minder schadelijk is.

Alle accessoires maken roken aantrekkelijker, maar het is niet duidelijk of hierdoor meer mensen roken. Tabaksaccessoires zijn niet verboden. Ze vallen niet onder de Tabaks- en rookwarenwet en Europese tabaksproductenrichtlijn. In Litouwen, België en Denemarken zijn (smaak)accessoires wel verboden via aanvullende nationale wetgeving.

Het RIVM stelt voor om bekendheid en verkoop van tabaksaccessoires te verminderen. Dat kan door de reclame te beperken en ze alleen in speciaalzaken te verkopen. Daarnaast adviseren we om claims te verbieden omdat ze rokers op het verkeerde been zetten. Roken is altijd schadelijk.

Kernwoorden: tabaksaccessoires, smaakjes, menthol(verbod), (schadelijke) sigarettenrook, schadelijkheidsreductie, aantrekkelijkheid

Synopsis

Tobacco accessories

Products that make tobacco attractive

Some smokers have a need for flavoured tobacco products and products that are less harmful. As a result, new tobacco accessories have been developed. The National Institute for Public Health and the Environment (RIVM) distinguishes between products that add flavour (flavour accessories), products that claim to remove harmful substances from the smoke (harm reduction accessories), and other accessories.

Examples of flavour accessories include flavour filters, flavour sprays and flavour cards. There are many tobacco accessories to choose from and 9% of smokers use them. Three-quarters of those smokers opt for a product with a menthol flavour. These accessories have been developed so that smokers can still create menthol-flavoured cigarettes. After the ban on menthol cigarettes in May 2020, sales of these accessories increased by 10%.

Harm reduction accessories are used by 4% of smokers. An RIVM study found that some filters remove more than half of the tar and nicotine. However, it is not clear whether a reduction means that the product is less harmful.

All tobacco accessories make smoking more attractive, but it is not clear whether this is causing more people to smoke. Tobacco accessories are not prohibited in the Netherlands. They are not covered by Dutch tobacco legislation or the European Tobacco Products Directive. In Lithuania, Belgium and Denmark, however, (flavour) accessories are prohibited by supplementary national legislation.

RIVM proposes to reduce the publicity for and sales of tobacco accessories. This can be done by restricting advertising and restricting sales to tobacconists. In addition, we advise to ban the claims because they may give smokers a false impression. Smoking is always harmful.

Keywords: tobacco accessories, flavours, menthol (ban), (harmful) cigarette smoke, harm reduction, attractiveness

Inhoudsopgave

Samenvatting — 9

1 Inleiding — 11

1.1 Leeswijzer — 12

2 Methode — 13

2.1 Bronnen en literatuur — 13

2.2 Uitzetten vragenlijst — 13

2.3 In kaart brengen marketing en marktaandeel — 14

2.4 Beoordelen aantrekkelijkheid — 14

2.5 Effectiviteit schadelijkheidsreductie-accessoires — 14

2.6 Internationale uitvraag — 16

3 Categorisatie — 17

3.1 Typen accessoires — 17

3.2 Overige accessoires en hulpmiddelen — 20

4 Gebruiksvoorschriften — 23

4.1 Gebruiksaanwijzingen smaakaccessoires — 23

4.2 Gebruiksaanwijzing schadelijkheidsreductie-accessoires — 24

4.3 Gebruiksaanwijzing accessoires met een dubbele functie — 25

5 Karakteristieken gebruikers — 27

5.1 Algemeen gebruik — 27

5.2 Smaakaccessoires — 27

5.3 Schadelijkheidsreductie-accessoires — 28

5.4 Bekendheid en locatie van aankoop accessoires — 28

5.5 Redenen voor gebruik accessoires — 30

5.6 Voormalig gebruikers — 31

5.7 Limitaties — 32

6 Marketing en marktaandeel — 33

6.1 Marktspelers en hun assortiment — 33

6.2 Verkrijgbaarheid — 33

6.3 Marktaandeel — 34

6.4 Marketingstrategie — 35

6.4.1 Afbeeldingen en claims — 36

6.4.2 Prijsstrategie — 37

6.4.3 Alternatief voor mentholsigaret — 37

6.5 Marketingkanalen — 37

6.6 Doelgroep — 38

7 Aantrekkelijkheid — 41

7.1 Aantrekkelijkheid smaakaccessoires — 41

7.1.1 Productgerelateerde factoren — 41

7.1.2 Omgevingsfactoren — 43

7.1.3 Waardeoordeel aantrekkelijkheidsaspecten — 43

7.2 Aantrekkelijkheid schadelijkheidsreductie-accessoires — 44

7.2.1 Productgerelateerde factoren — 44

7.2.2 Omgevingsfactoren — 45

7.2.3	Waardeoordeel aantrekkelijkheidsaspecten — 45
7.3	Accessoires met een dubbele functie — 46
8	Effectiviteit van accessoires om TNCO te reduceren — 47
8.1	Effect mondstukjes op TNCO in sigarettenrook — 47
8.2	Effect filtertoevoeging in filterhuls of shagje — 49
8.3	Limitaties — 51
9	Internationale bekendheid en regelgeving — 53
9.1	Smaakaccessoires — 53
9.2	(Mondstuk)filters — 54
9.3	Toevoegen accessoires aan regelgeving — 54
10	Discussie — 57
10.1	Gebruik en gebruikers van accessoires — 57
10.2	Omzeilen smaakjesverbod — 57
10.3	Aantrekkelijkheid — 58
10.4	Schadelijkheid — 58
10.5	Hiaten in de beschikbare kennis — 59
10.6	Aanbevelingen voor beleid — 60
11	Conclusie — 63
12	Literatuurverwijzingen — 65
	Bijlage I Merkenlijst — 71
	Bijlage II Gebruikerskenmerken — 74
	Bijlage III Aantrekkelijkheid — 77
	Smaakaccessoires — 77
	Schadelijkheidsreductie-accessoires — 79
	Accessoires met een dubbele functie — 80
	Bijlage IV Effectiviteit van accessoires om TNCO te reduceren — 81

Samenvatting

Tabaksaccessoires zijn producten die zelf geen tabak of nicotine bevatten, maar die wel in combinatie met tabaksproducten worden gebruikt. Voorbeelden hiervan zijn smaaksprays of smaakkaartjes om smaak te geven aan (zelfgemaakte) sigaretten of shag, maar ook opzetfilters waarvan wordt geclaimd dat ze schadelijke stoffen uit de sigarettenrook wegnemen. Het mentholverbod lijkt invloed gehad te hebben op de omzet en verkoop van smaakaccessoires. Zo kan een roker na het verbod op producten met karakteriserende smaken toch een tabaksproduct met een smaak blijven gebruiken.

Het RIVM heeft in 2020 in opdracht van VWS een eerste inventarisatie gemaakt van het aanbod van producten die de aantrekkelijkheid van sigaretten en shag kunnen verhogen. Staatssecretaris Blokhuis vond de diversiteit aan producten met smaken zorgwekkend. Hij heeft, met het oog op verdere maatregelen, opdracht gegeven tot vervolgonderzoek naar de omvang van het aanbod van deze producten op de markt, het verschijnen van nieuwe producten en de (potentiële) gebruikers van deze producten. Dit rapport geeft invulling aan deze opdracht en bespreekt welke tabaksaccessoires er beschikbaar zijn op de Nederlandse markt, hoe ze gebruikt worden en welke aspecten ze mogelijk aantrekkelijk maken voor de gebruiker.

Het RIVM onderscheidt drie soorten accessoires: smaakaccessoires, schadelijkheidsreductie-accessoires en overige accessoires. Door middel van een vragenlijst onder Nederlandse rokers is uitgezocht door wie en waarom tabaksaccessoires gebruikt worden. Van alle rokers heeft 16% ooit een smaakaccessoire gebruikt, terwijl 9% van de rokers op dit moment een smaakaccessoire gebruikt. Meer dan driekwart van de ooit-gebruikers koos voor een mentholmaak. Voor schadelijkheidsreductie-accessoires ligt het ooit-gebruik op bijna 8% en het huidige gebruik op ruim 4% procent. De meest genoemde reden om accessoires te gebruiken is uit nieuwsgierigheid. Smaakaccessoires worden daarnaast ook gebruikt omdat ze roken lekkerder of prettiger maken (35%), omdat men kan afwisselen tussen smaken (30%) en omdat mentholsigaretten niet meer verkrijgbaar zijn (28%). Schadelijkheidsreductie-accessoires worden vooral gebruikt vanuit de verwachting dat ze roken minder schadelijk maken (33%).

De accessoires worden voornamelijk aangeboden via tabaksspeciaalzaken en (rokers)webwinkels. Smaakaccessoires, vooral die met mentholmaak, worden in de markt gezet als producten om na het smaakverbod toch een product te kunnen gebruiken met een smaak. De omzet van filters en filterhulzen met smaak is met ruim 25% gestegen in het jaar nadat het mentholverbod is ingegaan.

We concluderen dat alle accessoires het gebruik van tabaksproducten aantrekkelijker kunnen maken. Hoewel we vrijwel geen gegevens hebben over het gebruik door jongeren, zijn vooral smaakaccessoires naar verwachting ook aantrekkelijk voor hen. Smaken zijn zowel voor adolescenten als volwassenen een reden om te beginnen met het

gebruik van tabaks- en aanverwante producten. Accessoires zijn in diverse smaken verkrijgbaar met kleurrijke en vrolijke verpakkingen die vermoedelijk mensen van alle leeftijden aanspreken.

Gehaltes teer, nicotine en koolmonoxide (TNCO) zijn bepaald met de rookmachine om te onderzoeken of schadelijkheidsreductie-accessoires waarvan wordt geclaimd dat ze schadelijke stoffen wegnemen uit tabaksrook, dat ook waarmaken. Door gebruik van de schadelijkheidsreductie-accessoires bevat de rook in sommige gevallen een lagere hoeveelheid TNCO. Het is echter nog onbekend of een reductie van 'schadelijke stoffen' werkelijk leidt tot een product met minder risico voor de gezondheid. Maar de verwachting dat ze roken minder schadelijk maken, is wel de belangrijkste reden om deze producten te gebruiken.

De accessoires vallen tot op heden niet onder de Nederlandse tabakswetgeving of Europese TPD. Hoewel we nog niet weten of er meer mensen gaan roken door de verkrijgbaarheid van accessoires, is het zorgelijk dat tabaksaccessoires de aantrekkelijkheid van tabaksgebruik verhogen. Daarom kan de overheid overwegen accessoires te reguleren. Het reguleren of verbieden van accessoires kan mogelijk leiden tot minder rokers. Bij het opstellen van wetgeving kan informatie uit andere lidstaten behulpzaam zijn. Litouwen, België en Denemarken hebben aanvullende nationale wetgeving waardoor smaakaccessoires verboden zijn, en Finland en Spanje werken aan regelgeving. Het is nog niet bekend of aanvullende wetgeving leidt tot minder rokers.

Het RIVM stelt voor om bekendheid en verkoop van tabaksaccessoires te verminderen. Dat kan door de reclame te beperken en ze alleen in speciaalzaken te verkopen. Daarnaast adviseren we om claims over het weghalen van schadelijke stoffen en gezondheidsclaims op schadelijkheidsreductie-accessoires te verbieden, omdat ze niet onderbouwd zijn. Zolang niet is aangetoond dat een accessoire het roken werkelijk minder schadelijk maakt, kan een dergelijke expliciete of impliciete claim rokers op het verkeerde been zetten.

1 Inleiding

Tabaksaccessoires zijn producten die zelf geen tabak of nicotine bevatten, maar wel in combinatie met tabaksproducten gebruikt worden. Voorbeelden van deze producten zijn sprays om smaakstoffen toe te voegen aan tabak (smaakaccessoires) en mondstukjes die op het filter van een sigaret gezet kunnen worden waardoor tabaksrook zogezegd 'minder schadelijk' wordt (schadelijkheidsreductie-accessoires). Bovendien zijn er allerhande rokersbenodigdheden te koop om zelf sigaretten (make-your-own) of shagjes te maken, zoals filterhulzen en vloeipapier. Dit kunnen ook filterhulzen met smaak zijn, waarbij gebruik resulteert in een sigaret met een smaak. In de Europese Unie (EU) zijn kenmerkende smaken anders dan tabak verboden in sigaretten en shag, zoals beschreven in de Europese Tabaksproductenrichtlijn (TPD) [1]. Afzonderlijk verkochte tabaksaccessoires daarentegen vallen niet onder de huidige TPD-regelgeving van tabaks- en aanverwante producten [2, 3].

Het mentholverbod uit 2020 lijkt invloed gehad te hebben op de omzet en verkoop van smaakaccessoires. Zo kan een roker na het verbod op producten met karakteriserende smaken toch een tabaksproduct met mentholsmaak blijven gebruiken. Deze rokersbenodigdheden zijn ook verkrijgbaar met bijvoorbeeld een toevoeging in het filter dat tabaksrook 'minder schadelijk' zou maken volgens de verpakking of website.

In de literatuur is vrijwel niets bekend over schadelijkheidsreductie-accessoires en maar weinig bekend over smaakaccessoires. Vooral het op verschillende manieren toevoegen van menthol wordt besproken. Voorbeelden zijn smaakkaartjes die in de verpakking van sigaretten of shag gestopt kunnen worden en een smaak toevoegen, maar ook filtertips, capsulehulzen en sprays [2-4].

Ook in andere rechtsgebieden worden nieuwe producten en technologieën op de markt gebracht om producten met mentholsmaak te kunnen blijven roken. In Canada werden tabaksaccessoires zoals smaakkaartjes en mentholdruppels geïntroduceerd als een manier om het mentholverbod te omzeilen [6]. Uit Canadees onderzoek bleek dat deze accessoires werden gebruikt door 15% van de dagelijkse mentholrokers, vergelijkbaar met percentages in de EU [6]. In het Verenigd Koninkrijk kondigde Imperial Tobacco een nieuwe lijn van smaakkaartjes aan die op de markt wordt gebracht om rokers te helpen 'vast te houden aan hun smaakvoorkeur na het verbod en daardoor hun verkoop te beschermen' [6].

Vanwege deze ontwikkelingen heeft het RIVM in 2020 in opdracht van VWS een eerste inventarisatie gemaakt van het aanbod van producten die de aantrekkelijkheid van sigaretten en shag kunnen verhogen, vooral producten die smaak kunnen toevoegen. De conclusie luidde: 'De diversiteit aan producten met smaken is dusdanig groot dat de consument nog volop keuze heeft voor het gebruik van tabaksproducten met smaak' [7]. Staatssecretaris Blokhuis vond dit zorgwekkend en heeft, met het oog op verdere maatregelen, opdracht gegeven tot vervolgonderzoek naar de omvang van het aanbod van deze producten

op de markt, het verschijnen van nieuwe producten en de (potentiële) gebruikers van deze producten [8].

VWS heeft daarom het RIVM gevraagd om inzicht te verschaffen in verschillende aspecten van op de markt verkrijgbare accessoires die de aantrekkelijkheid van tabaksproducten vergroten, maar die niet onder de huidige tabakswetgeving vallen. Dit rapport geeft invulling aan deze opdracht en bespreekt welke tabaksaccessoires er beschikbaar zijn op de Nederlandse markt, hoe ze gebruikt worden en welke aspecten ze mogelijk aantrekkelijk maken voor de gebruiker.

1.1 Leeswijzer

Dit rapport bespreekt tabaksaccessoires voor sigaretten, zelfgemaakte sigaretten en shagjes. De internationale situatie is ook bestudeerd, omdat door internethandel buitenlandse producten gemakkelijk in Nederland kunnen worden besteld. Bovendien kunnen tabaksaccessoires die nu uitsluitend in het buitenland beschikbaar zijn, in de toekomst ook op de Nederlandse markt worden gebracht. Omdat er in de wetenschappelijke literatuur maar weinig bekend is over deze producten en hun gebruikers, hebben we gebruikgemaakt van grijze literatuur (documenten die niet formeel worden uitgegeven of commercieel verkrijgbaar zijn) en informatie op (rokers)webwinkels waar accessoires worden verkocht.

In hoofdstuk 2 staat per onderwerp de aanpak van het onderzoek beschreven. Hoofdstuk 3 beschrijft de verschillende categorieën accessoires en welke typen tabaksaccessoires deze bevatten. Hoofdstuk 4 geeft een beschrijving van de verschillende tabaksaccessoires, inclusief hun gebruiksaanwijzing volgens de fabrikant of website. Hoofdstuk 5 bespreekt de karakteristieken van Nederlandse gebruikers en hun redenen voor gebruik. De marketing en het marktaandeel van een aantal accessoires worden besproken in hoofdstuk 6. De aspecten die accessoires aantrekkelijk maken, worden benoemd in hoofdstuk 7. In het laboratorium is de effectiviteit van de accessoires gemeten in het verminderen van TNCO in tabaksrook. De resultaten van dit experiment worden weergegeven in hoofdstuk 8. In hoofdstuk 9 komt de internationale bekendheid van accessoires aan bod en eventuele nationale wetgeving. Ten slotte bevat hoofdstuk 10 een bespreking van de bevindingen en worden deze bediscussieerd. Als laatste worden de hiaten in de beschikbare kennis aangegeven, gevolgd door aanbevelingen voor beleid.

2 Methode

2.1 Bronnen en literatuur

Wetenschappelijke artikelen over tabaksaccessoires zijn schaars. Daarom hebben we gebruikgemaakt van RIVM-signalerings van nieuwe tabaksproducten, volgens een methodiek beschreven in een eerder gepubliceerd artikel [9]. De accessoires die werden gevonden met de signaleringszoektocht zijn aangevuld met accessoires die bij ons bekend zijn via andere bronnen en met producten die worden aangeboden in vijf willekeurige rokerswebwinkels. De resulterende eerste lijst met accessoires is gebruikt om de accessoires op te delen in categorieën en typen (zie hoofdstuk 3).

Om nog extra tabaksaccessoires te identificeren en algemene informatie over tabaksaccessoires te vinden, hebben we extra bronnen geraadpleegd. Combinaties van Nederlandse zoektermen als 'tabak', 'accessoire', 'smaak', 'menthol', en 'clickfilter', maar ook combinaties van Engelse zoektermen als 'tobacco', 'accessory', 'flavo(u)r', 'menthol', 'clickfilter', en meer zijn ingevoerd in Google en in wetenschappelijke zoekmachines (Pubmed, Embase, Scopus). Alleen over de impact van het smaakjesverbod en het gebruik van mentholaccessoires en producten bleken wetenschappelijke (overzichts)artikelen beschikbaar te zijn. Over het gebruik van andere typen tabaksaccessoires vonden we geen artikelen. Google leidde ons vooral naar fabrikantenwebsites en webwinkels. Met een sneeuwbalmethode zijn nog extra typen accessoires en vooral extra merken accessoires gevonden. Dit heeft geleid tot een lijst met verschillende typen accessoires van verschillende merken (zie Bijlage I). De laatste update van deze merkenlijst heeft plaatsgevonden in oktober 2021. Per type en merk accessoire is de fabrikantenwebsite opgezocht. Deze was soms van Nederlandse origine, maar vaker buitenlands, en niet altijd vindbaar. Aanvullend zijn er minstens twee Nederlandse webwinkels bezocht en één buitenlandse webwinkel. Het maken van een actuele en accurate merkenlijst is lastig doordat de markt dynamisch is. Gaandeweg het onderzoek bleek dat er wekelijks merken bij komen of juist niet meer verkrijgbaar zijn.

2.2 Uitzetten vragenlijst

We hebben een vragenlijst opgesteld over ooit-gebruik en huidig gebruik van tabaksaccessoires om uit te zetten onder een representatieve steekproef van de volwassen rokende Nederlandse bevolking (zie hoofdstuk 5). Nederlandse rokers van 18 jaar en ouder zijn door Onderzoeksbureau Kantar in juli 2021 uitgenodigd om de vragenlijst in te vullen. In totaal hebben 3562 personen de vragenlijst ingevuld. Er is onder andere uitgevraagd welke tabaksaccessoires ze hebben gebruikt of nog steeds gebruiken, wat hun frequentie van gebruik is en waar ze de tabaksaccessoires kopen. Aanvullend is onder andere gevraagd hoe rokers bekend zijn geworden met tabaksaccessoires en of ze ook anderen kennen die tabaksaccessoires gebruiken. Daarnaast hebben we uitgezocht wat de belangrijkste redenen voor gebruik zijn en wat de redenen zijn dat ze het eventueel niet meer gebruiken. In de data-analyse is een weging toegepast op geslacht en opleiding om de netto steekproef zo veel mogelijk representatief te krijgen voor de

populatiecijfers van rokers in Nederland. We hebben geen data over het gebruik van accessoires onder rokende jongeren omdat van personen jonger dan 18 jaar, oftewel jongeren, door Kantar niet wordt geregistreerd of ze roken.

2.3 In kaart brengen marketing en marktaandeel

Omdat er gebrek is aan studies over de marketing van de tabaksaccessoires, hebben we met behulp van een kader een overzicht gemaakt van marketinginformatie afkomstig van websites (zie hoofdstuk 6). Dit kader is opgesteld op basis van een marketinganalyse van e-sigaretten en verhitte tabaksproducten, en bevat puntsgewijs marketingaspecten relevant voor tabak(gerelateerde) producten [10]; het is ook gebruikt bij het in kaart brengen van nicotinehoudende producten zonder tabak [11].

Er zijn geen tot zeer weinig data beschikbaar over de verkoop van tabaksaccessoires in Nederland. Marktonderzoeksbureau NielsenIQ heeft verkoopcijfers beschikbaar van de meest voorkomende tabaks- en aanverwante producten en rokersbenodigdheden, zoals: sigaretten, sigaren, aanstekers, vloeipapier, e-sigaretten, e-liquids en pods. Slechts voor een deel van de tabaksaccessoires zijn data beschikbaar, namelijk vloeipapier, hulzen en Finitar filters (zie Tabel 6.1). Het betreft scannerdata van retailers (supermarkten (inclusief online verkoop van Albert Heijn, Jumbo, Plus, Hoogvliet, Deen, DekaMarkt), groothandels, tabaksspeciaalzaken en tankstations) en extrapolaties aan de hand van inkoopdata. De totale marktcijfers van het jaar voor het mentholverbod, en het jaar na het mentholverbod zijn opgevraagd (week 21 2019 - week 20 2020 versus week 21 2020 - week 20 2021).

2.4 Beoordelen aantrekkelijkheid

Het RIVM heeft een conceptueel model ontwikkeld voor het beoordelen van aantrekkelijkheid, toxiciteit en verslavendheid van nieuwe tabaks- en aanverwante producten [12]. Aan de hand van dit model hebben we geïnventariseerd welke aspecten van de tabaksaccessoires aantrekkelijkheid van het gebruik van het tabaksproduct kunnen verhogen. Elk product op de merkenlijst (zie Bijlage I) is bestudeerd aan de hand van informatie op de fabrikantenwebsite (indien bekend), twee Nederlandse en een buitenlandse rokerswebwinkel. Per type accessoire zijn de aantrekkelijkheidsverhogende aspecten samengevat (zie Bijlage III) en beoordeeld (zie hoofdstuk 7).

2.5 Effectiviteit schadelijkheidsreductie-accessoires

Om te onderzoeken of de tabaksaccessoires schadelijke stoffen wegnemen zijn teer, nicotine en koolmonoxide (TNCO) gemeten in de rook van tabaksproducten met en zonder de accessoires. Hierbij hebben we gebruikgemaakt van een rookmachine (zie hoofdstuk 8) en ISO en WHO Tobacco Laboratory Network methoden voor het bepalen van TNCO [21, 22]. Er zijn acht verschillende schadelijkheidsreductie-accessoires onderzocht (zie Tabel 2.1). De keuze van deze acht accessoires is gebaseerd op beschikbaarheid en op of ze regelmatig werden aangetroffen in rokerswebwinkels. Ze representeren niet alle schadelijkheidsreductie-accessoires.

Tabel 2.1 Gebruikte tabaksproducten, tabaksaccessoires en hun claim volgens de website

#	Product	Claim
Opzetfilter voor op de sigaret		
RM1	Marlboro (Red) sigaret	N.v.t. (tabaksproduct ter vergelijking)
M1	Finitar + Marlboro sigaret	'Filtert 43% van de schadelijke stoffen uit een sigaret. 1 filter gaat 5 tot 8 sigaretten mee. De smaak en het aroma van de sigaret blijven behouden' [13].
M2	Anti Teer + Marlboro sigaret	'... filters die de teer en nicotine van jouw sigaret verlagen met 40% tot 60%. Dit zonder de smaak van de sigaret te veranderen. Iedere filter kan 5 keer worden gebruikt, ...' [14].
M3	David Ross + Marlboro sigaret	'Cigarette minifilters take off \pm 60% of the tar and nicotine' [15].
M4	Adous + Marlboro sigaret	'Iedere sigaretfilter kan tot 4 keer gebruikt worden. ... U zult versteld staan hoeveel teer u met deze sigaretten filters buiten uw lichaam kunt houden!' [16].
Sigarettenpijpje (met filter) voor op de sigaret		
RM2	Denicotea sigarettenpijpje + Marlboro sigaret	N.v.t (tabaksproduct ter vergelijking (alleen bij HCI))
M5	Denicotea filter + Denicotea sigarettenpijpje + Marlboro sigaret	'De filters van Denicotea halen veel ongezonde stoffen uit de sigarettenrook' [17].
M6	Stanwell filter + Denicotea sigarettenpijpje + Marlboro sigaret	'... actieve koolfilters die een deel van schadelijke stoffen uit de rook filteren, passen in het mondstuk van een houten tabakspijp of in Denicotea sigarettenpijpjes' [18].
Huls met filter, die gevuld kan worden met volumetabak		
RH	Mascotte Classic sigarettenhuls + Boston Red volumetabak	N.v.t. (tabaksproduct ter vergelijking)
H1	Mascotte Carbon sigarettenhuls + Boston Red volumetabak	'Deze hulzen zijn voorzien van een carbon filter: je ziet het niet, maar je merkt het wel' [19].
Filter om in een shagje te rollen		
RF	Mascotte vloeipapier + Look Out Holland Blue shag	N.v.t. (tabaksproduct ter vergelijking)
F1	Mascotte filter + Mascotte vloeipapier + Look Out Holland Blue shag	'Mascotte Regular Filters voorkomen dat je favoriete tabak je mond in komt.'
F2	Mascotte Active filter + Mascotte vloeipapier + Look Out Holland Blue shag	'Mascotte Active Filters filtert met natuurlijke kooldeeltjes van kokosnootschalen al het ongewenste' [20].

De fabrikanten geven in geen enkel geval aan hoe ze de reductie hebben gemeten. Als er een concreet percentage reductie van bepaalde stoffen wordt geclaimd, kan dus niet worden gecontroleerd of de claim klopt. Het RIVM heeft voor de verschillende accessoires met twee veelgebruikte rookregimes getest wat het percentage reductie in TNCO is. In het laboratoriumonderzoek is zowel het ISO- als het Health Canada Intense (HCI) regime toegepast om een range van rookgedrag te representeren [21, 22]. Het ISO-regime is gebruikt omdat dit het wettelijk voorgeschreven afrookregime is voor het handhaven van de wettelijke TNCO-limiet voor sigaretten en shag. Het HCI-regime is gebruikt omdat dit beter reflecteert wat een roker doet. De accessoires zijn gebruikt zoals beschreven, op de verpakking en/of op de website. Dat wil zeggen, de opzetfilters en sigarettenpijpje zijn op een sigaret geplaatst zoals in de gebruiksaanwijzing is aangegeven. Deze accessoires zijn meerdere malen (drie keer) gebruikt. De filterhulzen en producten die in een shagje worden gebruikt zijn allemaal gevuld met dezelfde shagtabak en eenmaal gebruikt. De TNCO-gehalten in de rook na het afroken van sigaretten met accessoire worden vergeleken met de TNCO-gehalten in de rook van sigaretten zonder accessoire. Bij de shagjes en zelfgemaakte sigaretten (filterhuls met shagtabak) zijn de gehalten in de rook vergeleken met hetzelfde type product zonder accessoire om het effect van het accessoire te kunnen meten. Doordat accessoires in shagjes ruimte innemen en hetzelfde vloeipapier is gebruikt bij alle shagjes, is bij de shagjes de hoeveelheid gebruikte tabak in het product mét accessoire lager dan in de shagjes zonder accessoire. Voor het vaststellen van de te gebruiken hoeveelheid tabak is in alle shagjes dezelfde hoeveelheid tabak per centimeter tabakskolom gebruikt.

2.6 Internationale uitvraag

Om te inventariseren wat de internationale stand van zaken is omtrent tabaksaccessoires en wetgeving, zijn de leden van de Europese 'Tobacco control subgroup on ingredients' benaderd. Deze beleidsmakers in verschillende EU-lidstaten zijn in juli 2021 per mail gevraagd naar marktinformatie en definities in de nationale wetgeving met betrekking tot 'accessoires' die smaak toevoegen of die de aantrekkelijkheid van tabaksproducten anderszins verhogen. In totaal hebben zestien landen gereageerd. Vijf landen hebben of werken aan wetgeving omtrent tabaksaccessoires. Veel landen zouden graag een overzicht ontvangen van de wijze waarop andere landen deze producten reguleren, zodat een bredere discussie kan worden gevoerd over de wijze waarop deze producten in de toekomstige TPD zouden kunnen worden gereguleerd. Ook is er informatie bekend uit de literatuur. We hebben de wetgevingsmogelijkheden die andere landen gebruiken geanalyseerd in hoofdstuk 9.

3 Categorijsatie

Er zijn verschillende soorten tabaksaccessoires verkrijgbaar op de Nederlandse markt. We hebben onderzocht hoe ze worden gebruikt en wat het beoogde effect is. Dat heeft geleid tot het onderscheid in drie soorten accessoires:

- Smaakaccessoires: accessoires die ervoor zorgen dat de tabaksrook een smaak krijgt.
- Schadelijkheidsreductie-accessoires: accessoires waarbij het gebruik zou leiden tot lagere hoeveelheden schadelijke stoffen en/of nicotine in de tabaksrook, volgens de informatie op de verpakking of volgens de fabrikanten- of webwinkelwebsite. De informatie over deze accessoires beïnvloedt de risicoperceptie van de gebruiker.
- Overige accessoires: accessoires met een ander effect dan smaak toevoegen of schadelijkheid reduceren. Er zijn twee soorten accessoires gevonden:
 - accessoires die tabak bevochtigen;
 - accessoires die de luchtcirculatie beïnvloeden.

3.1 Typen accessoires

Hieronder volgt een beschrijving van de verschillende typen tabaksaccessoires die we hebben geïdentificeerd. Met type accessoire bedoelen we de vorm of functie van het accessoire. Eén type accessoire kan meerdere functies vervullen, zoals duidelijk wordt in Tabel 3.1. Als voorbeeld beschrijven we het gebruik in combinatie met een gebruiksklare sigaret, maar het kan ook een zelfgerold shagje, een zelfgemaakte sigaret, een cigarillo, sigaar of joint betreffen. Er is een afbeelding toegevoegd als voorbeeld.

Mondstukje: Opzetfilter dat wordt geplaatst op de filterzijde van de sigaret.



Balletjes/kralen: Kralen (enkele millimeters groot) die in het filter van de sigaret worden gedrukt [23].



Stift: Stift waarmee een streep over de gehele zijkant van een sigaret wordt gezet, of waarbij de punt van de stift in het uiteinde van het filter wordt gedrukt [24].



Steentje/stick: Een poreuze steenachtige stick die je in het pakje stopt, met afmetingen vergelijkbaar met een sigaret [25].



Spray: Vloeistof die door middel van sprays wordt toegepast op losse tabak [26].



Kaartje: Kaartje dat je in het pakje sigaretten stopt, met een vergelijkbaar formaat als een sigarettenpakje [27].



Druppel(tube): Vloeistof die door middel van een tube of flesje in het sigarettenfilter kan worden gedruppeld [28].



Huls/vloeipapier: Huls die wordt gebruikt voor het maken van een zelfgemaakte sigaret, of vloeipapier dat wordt gebruikt voor het maken van een shagje.



Filtertoevoeging: Toevoeging aan het filter van een huls voor een zelfgemaakte sigaret of toevoeging aan een los filter dat wordt gebruikt voor het maken van een shagje (anders dan een klikballetje; zie hieronder).



Klikfilter: het filter van een huls voor een zelfgemaakte sigaret met een klikballetje, of een los filter dat een klikbolletje bevat en dat wordt gebruikt voor het maken van een shagje [29].



De verschillende typen accessoires worden vooral gebruikt om smaak toe te voegen. Het RIVM heeft niet getest of dit werkt; deze informatie is gebaseerd op fabrikanteninformatie en op informatie van webshops. Het mondstukje en de filtertoevoeging worden ook als schadelijkheidsreductie-accessoire gebruikt. Onder overige accessoires vallen de tabaksteen en het ventilatie-accessoire. Tabel 3.1 geeft de functie van de verschillende typen accessoires weer, zoals tot op heden gevonden.

Tabel 3.1 Verschillende typen accessoires met voorkomende functie

Type	Schadelijkheidsreductie	Smaak toevoegen	Overige
Mondstukje	X	X	
Balletjes/kralen		X	
Stift		X	
Steentje/stick		X	X
Spray		X	
Kaartje		X	
Druppel(tube)		X	
Huls/vloeipapier		X	X
Filtertoevoeging	X	X	
Klikfilter	X	X	

In een enkel geval heeft een type accessoire een dubbele functie; we hebben een mondstukje gevonden dat zowel smaak aan de rook zou geven als de rook minder schadelijk zou maken.

3.2 Overige accessoires en hulpmiddelen

Er is te weinig informatie beschikbaar om de 'overige accessoires' te beschrijven en beoordelen, maar we geven hieronder wel een overzicht van producten die op de markt zijn:

- Accessoires die ervoor zorgen dat het vochtgehalte van tabak in de verpakking op peil blijft. Er is één accessoire gevonden dat dit doet; de tabaksteen [30]. Er zijn twee merken gevonden (Greengo en Hydrostone) en dit accessoire is alleen verkrijgbaar in een klein aantal rokerswebwinkels en tabaksspeciaalzaken.
- Accessoires die claimen de luchtcirculatie te beïnvloeden. Dit accessoire doet denken aan het filter van de voormalige 'light'-sigaret, oftewel de sjoemelsigaret, omdat het ook ventilatiegaatjes heeft. Dit accessoire is wel meegenomen in de vragenlijst (zie hoofdstuk 5). Dit accessoire wordt het ventilatie-

accessoire genoemd in het rapport. Er is één merk gevonden; de Gold filterhuls van Mascotte [31]. Volgens de Mascotte-website bevatten de Gold hulzen 'een stevige micro perfo filter die zorgt voor extra luchtcirculatie'.

Er zijn ook hulpmiddelen op de markt die het toevoegen van een accessoire aan een tabaksproduct of het gebruik van een tabaksaccessoire vergemakkelijken. Hierbij kan worden gedacht aan een doseerverpakking of aan een speciale prikpen om de smaakkrallen/balletjes in het filter te brengen, maar ook aan een hulzenstopper of handroller waarmee je zelf sigaretten kunt maken. Dit type product wordt niet samen met een tabaksproduct gebruikt tijdens consumptie en wordt daarom niet verder meegenomen in dit rapport.

4 Gebruiksvoorschriften

De manier waarop accessoires kunnen worden gebruikt is divers. Ze worden gebruikt in de verpakking van een tabaksproduct, zijn een onderdeel van een tabaksproduct of worden toegepast op het tabaksproduct dat klaar is voor gebruik. Hierbij kan worden gedacht aan:

- De verpakking: het sigarettenpakje, de verpakking waarin zelfgemaakte sigaretten of shagjes bewaard worden, de buidel waarin shag zit of de pot waarin volumetabak zit.
- Huls/vloeipapier: het vloeitje waarmee een shagje wordt gerold of het papier van de huls waarmee een zelfgemaakte sigaret wordt gemaakt.
- Tabak: de shag of tabak die wordt gebruikt om een shagje of zelfgemaakte sigaret te maken.
- Het filter: een los filter dat in een shagje wordt gerold, een huls waarin een filter zit en dat wordt gebruikt om zelf sigaretten te maken of het filter van een gebruiksklare sigaret.

4.1 Gebruiksaanwijzingen smaakaccessoires

Per soort en type product volgt hieronder een algemene beschrijving van het gebruik op basis van informatie op fabrikantenwebsites en/of webwinkels. Dit is dus informatie zoals is te vinden in de gebruiksaanwijzing op de genoemde sites. Ter illustratie van het aanbod geeft Bijlage I de variatie in smaken en de gevonden merken weer.

Mondstukje: Het mondstukje dat smaak bevat moet over het uiteinde dat niet wordt aangestoken van de sigaret of het shagje worden geschoven, waarna er bij het roken een smaak aan de rook wordt afgegeven. Het smaakmondstukje zou geschikt zijn voor minimaal vijf tot circa tien sigaretten. Veel rokers gebruiken één filter per pakje sigaretten.

Kralen/balletjes: Met een satéprikker of met de bijgeleverde inprikpen wordt de kraal in het filter van de sigaret geduwd. Het balletje dient vlak voor het aansteken van de sigaret ingedrukt te worden om de smaak te laten vrijkomen tijdens het roken. Eén balletje per filter wordt aangeraden. Ze worden meestal verkocht in doosjes van 100 balletjes.

Stift: Een stift waarmee één streep over de gehele zijkant van een sigaret wordt gezet, of/en waarbij de punt van de stift in het uiteinde van het filter kan worden gedrukt om smaak af te geven na het aansteken van de sigaret. Dit moet worden uitgevoerd vlak voordat de sigaret wordt aangestoken. Eén stift is zou voldoende zijn voor 800-1000 sigaretten.

Steentje/stick: Het steentje/de stick past volgens de beschrijving precies in een pakje sigaretten en verandert in een tijdsbestek van 4 uur na verloop van tijd de smaak van de sigaret. Nadat een pakje op smaak is gebracht kan het steentje/de stick terug in het verpakkingskokertje worden gestopt, totdat een volgend pakje smaak behoeft. Een gebruiker gaf in een review aan dat hij er acht pakjes mee op smaak kon brengen.

Spray: Shag of volumetabak moet volgens de beschrijving worden behandeld met de spray en moet vervolgens worden afgedekt. De sterkte van de smaak kan door de gebruiker worden beïnvloed door één of meerdere keren te sprayen. De gebruiker moet daarna 3 à 4 uur wachten alvorens de tabak verder te verwerken; 250 milliliter zou voldoende zijn om ongeveer 40 kilo tabak van aroma te voorzien.

Kaartje: Wanneer de verpakking van het kaartje open is, begint de smaak van de kaart zich te verspreiden en zich aan het tabaksproduct te hechten. Het kaartje moet vervolgens in de verpakking van bijvoorbeeld het pakje sigaretten worden geplaatst. Aanbevolen wordt om ten minste 30 tot 60 minuten te wachten; een langere duur zorgt voor een sterkere en intensere smaak (maximaal effect na 3 uur). Eén kaartje zou optimaal zijn voor het afgeven van smaak aan 50 gram product (dus meerdere pakjes mogelijk).

Druppel(tube): Na het toevoegen van 1 a 2 druppels in het midden van het filter van een sigaret, moet de gebruiker 10-20 minuten wachten alvorens de sigaret aan te steken. Eén flesje bevat druppels voor ongeveer 20 sigaretten.

Huls/vloeipapier: Zowel bij het dichtlikken van het gerolde shagje met smaakvloeipapier als tijdens het roken zou de smaak vrijkomen.

Filtertoevoeging: Er zijn filterhulzen met een smaakfilter en losse filters met smaak. De losse smaakfilters kunnen in een shagje worden gerold. Er zijn ook losse smaakfilters die in een holle filter van een sigaret worden geplaatst (zoals van Elixyr) of in de holle filter van een filterhuls (zoals van Mintstorm of Energy). In alle gevallen komt de smaak vrij zodra het tabaksproduct wordt aangestoken.

Klikfilter: Er zijn hulzen met een klikfilter en losse klikfilters. De losse klikfilters dienen in een shagje te worden gerold. Het klikfilter dient te worden geklikt voordat er wordt gerookt, waarna de smaak vrijkomt bij het aansteken van de sigaret.

4.2

Gebruiksaanwijzing schadelijkheidsreductie-accessoires

Mondstukje: Er zijn verschillende typen mondstukjes op de markt, namelijk een opzetfilter en een sigarettenpijpje. Het opzetfilter moet over het uiteinde van de sigaret worden geschoven, waarna het tijdens roken een filterende functie zou hebben. Wisselend per merk, wordt soms aangegeven dat het mondstukje 4 tot 8 keer kan worden gebruikt en soms wordt er een percentage reductie opgegeven; tussen de 43% en 60% teer, nicotine, en/of schadelijke stoffen zou gefilterd worden.

In sigarettenpijpjes wordt een filter geplaatst van hetzelfde merk. Er zijn ook andere filters (met bijvoorbeeld actieve kool) die in hetzelfde sigarettenpijpje passen. Het pijpje zelf kan worden hergebruikt en het filter in het pijpje zou kunnen worden gebruikt tot het bruin begint te worden. Er is ook een sigarettenpijpje waarin het filter vastzit en dat voor 10-15 sigaretten kan worden gebruikt.

Filtertoevoeging: Wat betreft losse filters zijn er hardkartonnen filterkokertjes met een actieve koolvulling en acetaatfilters op de markt. De filters dienen in een shagje (of joint) te worden gerold. Voor sommige filterhulzen wordt ook opgegeven dat ze koolstof ('carbon') in het filter bevatten.

4.3 Gebruiksaanwijzing accessoires met een dubbele functie

Mondstukje met klikfilter: volgens de beschrijving dient de opzetfilter over het filter van de sigaret te worden geschoven, waarna het tijdens het roken een filterende functie zou hebben én smaak zou afgeven aan de rook.

5 Karakteristieken gebruikers

Om inzicht te krijgen in het gebruik van smaakaccessoires, schadelijkheidsreductie-accessoires en ventilatie-accessoires is een vragenlijst uitgezet onder een representatieve steekproef van rokers in de volwassen Nederlandse bevolking. Het gaat hierbij om personen die bij onderzoeksbureau Kantar hebben aangegeven een roker te zijn. Voor jongeren is de rookstatus niet bekend bij Kantar. De demografische gegevens van de deelnemers zijn weergegeven in Bijlage II.

5.1 Algemeen gebruik

Van alle rokers in onze steekproef heeft 16% ooit een smaakaccessoire gebruikt, terwijl 9% van de rokers op dit moment een dergelijk accessoire gebruikt (zie Tabel BII.1). Voor schadelijkheidsreductie-accessoires ligt het ooit-gebruik op 8% en het huidig gebruik op 4% procent van de rokende Nederlanders. Verder geeft 12,3% aan ooit een ventilatie-accessoire te hebben gebruikt, en 5,5% gebruikt zo'n accessoire op dit moment. Er is geen verschil in gebruik van de verschillende typen accessoires tussen mannen en vrouwen en tussen mensen in meer of minder verstedelijkte gebieden. Schadelijkheidsreductie-accessoires worden relatief vaker gebruikt onder mensen met een hoog opleidingsniveau en hoge sociale klasse. Alle accessoires worden vaker gebruikt door jongere mensen dan door oudere mensen, door mensen met een niet-westerse migratieachtergrond en mensen van wie de etnische achtergrond niet bekend is. Gebruik van accessoires komt ook iets vaker voor onder gebruikers van sigaretten dan onder gebruikers van andere tabaksproducten.

5.2 Smaakaccessoires

Het percentage gebruikers dat een smaakaccessoire gebruikt, varieert afhankelijk van het tabaksproduct dat men gebruikt. Tussen de 15% en 22% van de gebruikers van cigarillo's, sigaretten of zelfgemaakte sigaretten gebruikte ooit een smaakaccessoire in combinatie met deze tabaksproducten (zie Tabel BII.2). Huidig gebruik van smaakaccessoires onder gebruikers van deze tabaksproducten varieert van 10% tot 14%. Shaggebruikers voegen minder vaak smaak toe aan shag (huidig 5,4%, ooit 11%), net als gebruikers van sigaren of pijptabak (huidig 6,8%, ooit 10,2%). Niet alle typen smaakaccessoires worden evenveel gebruikt. Meer dan driekwart van de rokers van sigaretten, shag en zelfgemaakte sigaretten die ooit een smaakaccessoire hebben gebruikt, koos voor een menthol- of mintsmaak (zie Tabel 5.1). Ongeveer 17% gebruikt(e) een zoete smaak (bijvoorbeeld fruit, vanille of snoep) en ongeveer 8% een niet-zoete smaak (bijvoorbeeld noten, kruiden, koffie of thee).

Tabel 5.1 Meest gebruikte smaken van een smaakaccessoire onder rokers van sigaretten, shag en zelfgemaakte sigaretten

<i>Smaak</i>	Aantal	Percentage van ooit-gebruikers
<i>Menthol of mint</i>	395	75,6%
<i>Zoete smaken (bijv. fruit, vanille, snoep)</i>	89	16,9%
<i>Niet-zoete smaken (bijv. noten, kruiden, koffie, thee)</i>	42	8,0%
<i>Anders, namelijk</i>	48	9,2%

De meeste rokers die een smaakaccessoire gebruiken of hebben gebruikt, gebruik(t)en filterhulzen met een smaak (42,2%) of een filter(huls) met een klikballetje er in (27,1%). Ook druppels worden relatief veel gebruikt (18,5%); zie Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Type smaakaccessoire gebruikt onder rokers van sigaretten, shag en zelfgemaakte sigaretten

<i>Type</i>	Aantal	Percentage van ooit-gebruikers
<i>Spray</i>	28	5,4%
<i>Druppels</i>	96	18,5%
<i>Kaartje</i>	37	7,0%
<i>Steentje/stick</i>	33	6,3%
<i>Balletjes/kralen</i>	30	5,8%
<i>Stift</i>	18	3,5%
<i>Filter(huls) met een smaak</i>	221	42,2%
<i>Filter(huls) met een smaakballetje erin (klikfilter)</i>	142	27,1%
<i>Vloeipapier met smaak</i>	38	7,3%
<i>Anders, namelijk...</i>	70	13,5%

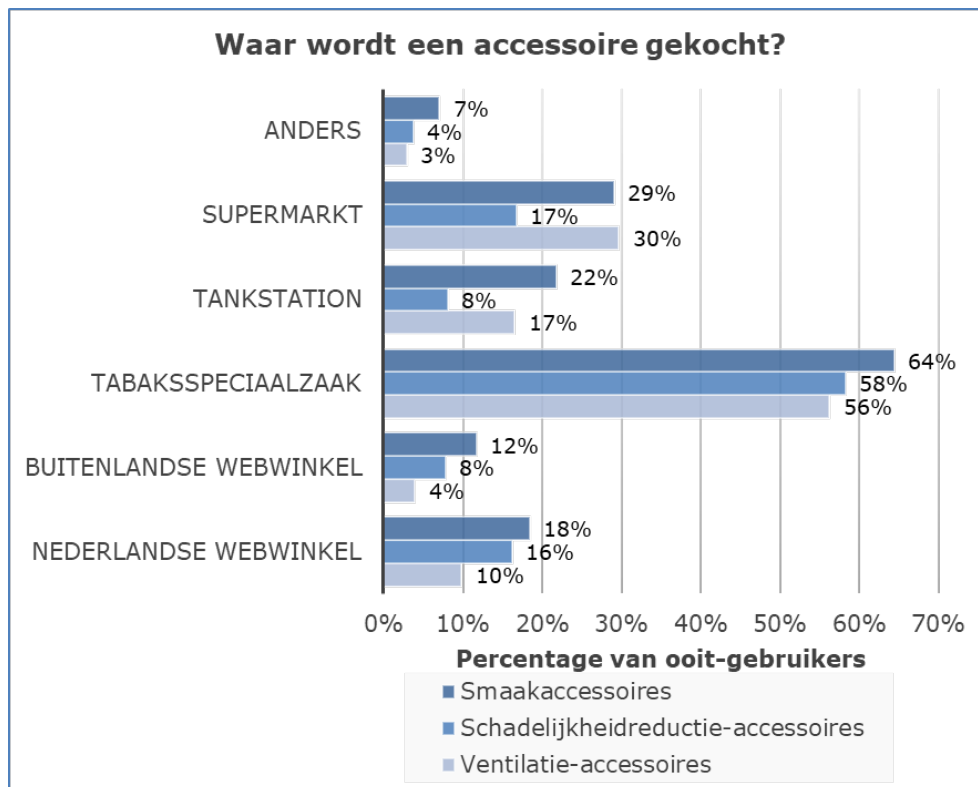
5.3 Schadelijkheidsreductie-accessoires

Van de rokers die ooit een schadelijkheidsreductie-accessoire gebruikten, gebruikte meer dan twee derde (69,9%) het accessoire met een gebruiksklare sigaret. Voor ooit-gebruik van een schadelijkheidsreductie-accessoire met shag of zelfgemaakte sigaretten liggen de percentages wat lager (respectievelijk 36,2% en 32,4%). Meer dan de helft van de gebruikers van schadelijkheidsreductie-accessoires gebruikt een mondstukje voor op het filter (57,6%). Een groot deel van deze rokers gebruikt speciale filters of filterhulzen met een toevoeging, zoals koolstof (41,2%).

5.4 Bekendheid en locatie van aankoop accessoires

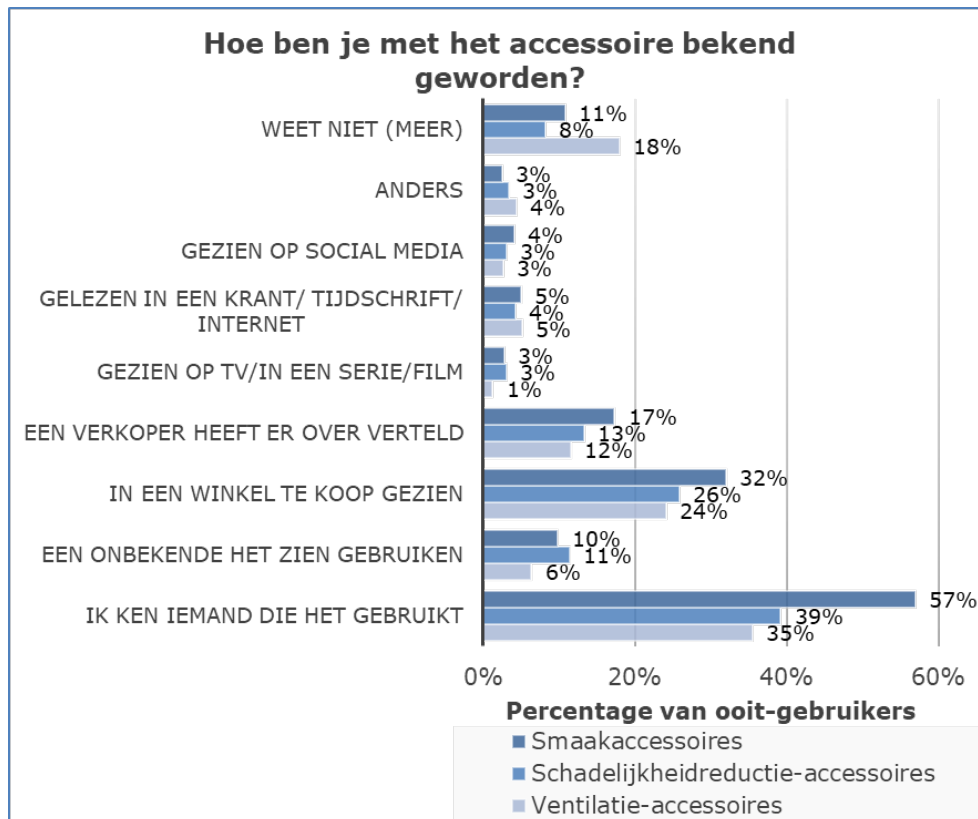
Iets minder dan eenderde van alle rokers die accessoires hebben gebruikt, geeft aan dit ooit of enkele keren te hebben gedaan om het uit te proberen. De frequentie van gebruik van de accessoires loopt uiteen van sporadisch gebruik tot altijd gebruik bij het roken (zie Figuur BII.3).

Het merendeel van de gebruikers koopt de accessoires in een tabaksspeciaalzaak (smaakaccessoires 64%, schadelijkheidsreductie-accessoires 58%, ventilatie-accessoires 56%) (zie Figuur 5.1). Smaak- en schadelijkheidsreductie-accessoires werden daarnaast ook vaak gekocht in webshops (resp. 30% en 24%) en supermarkten (resp. 29% en 17%). Ventilatie-accessoires worden ook veel gekocht in supermarkten (30%) en in tankstations (17%).



Figuur 5.1 Locaties waar een accessoire wordt gekocht

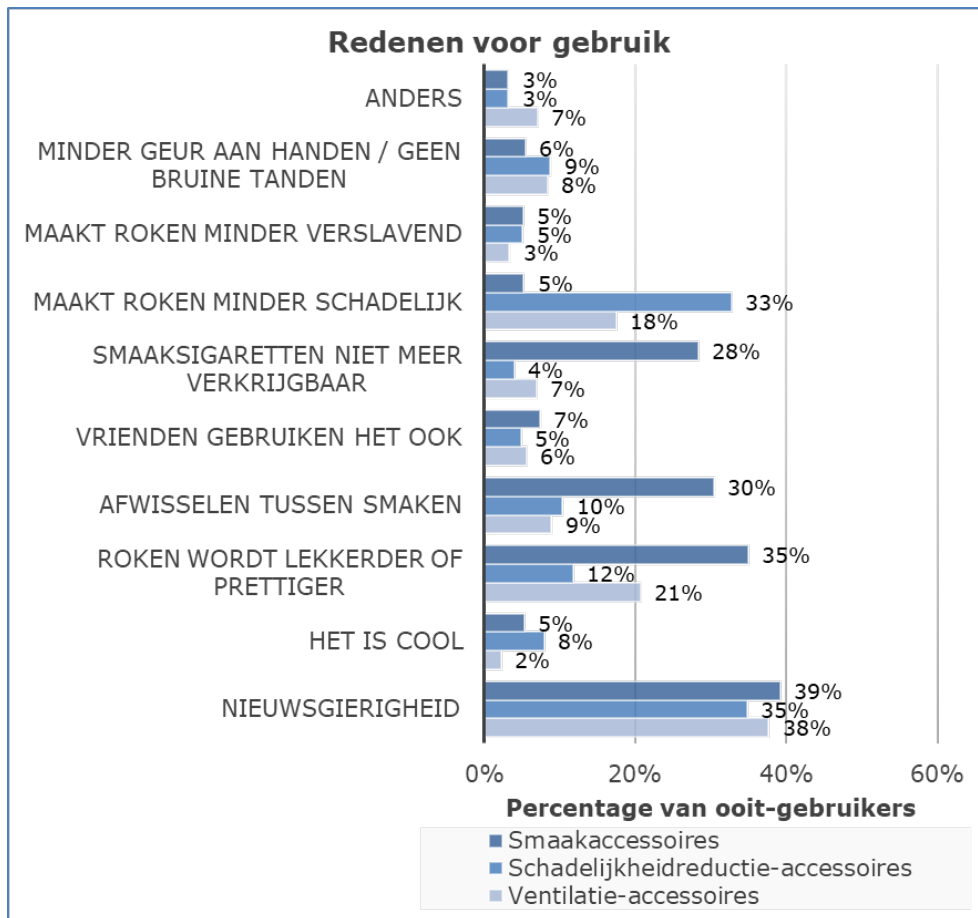
Gebruikers zijn het vaakst bekend geworden met een accessoire doordat ze iemand kennen die het gebruikt (smaakaccessoires 57%, schadelijkheidsreductie-accessoires 39%, ventilatie-accessoires 35%) (zie Figuur 5.2). Ook hebben veel gebruikers het in een winkel te koop gezien (smaakaccessoires 32%, schadelijkheidsreductie-accessoires 26%, ventilatie-accessoires 24%), of heeft een winkelmedewerker erover verteld (smaakaccessoires 17%, schadelijkheidsreductie-accessoires 13%, ventilatie-accessoires 12%).



Figuur 5.2 Hoe gebruikers bekend zijn geworden met een accessoire

5.5 Redenen voor gebruik accessoires

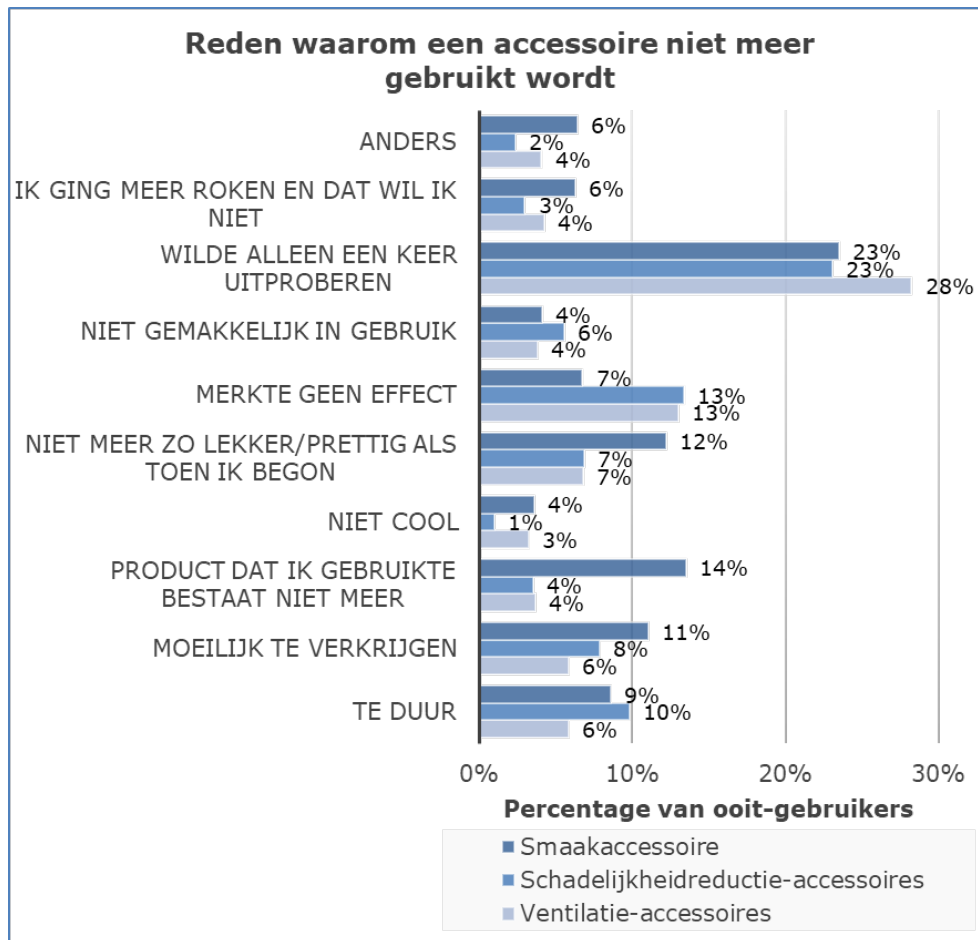
De meest genoemde reden van gebruik voor alle drie de typen accessoires is uit nieuwsgierigheid (smaakaccessoires 39%, schadelijkheidsreductie-accessoires 35%, ventilatie-accessoires 38%) (zie Figuur 5.3). Smaakaccessoires worden daarnaast ook gebruikt omdat ze het roken lekkerder of prettiger maken (35%), omdat men kan afwisselen tussen smaken (30%) en omdat mentholsigaretten niet meer verkrijgbaar zijn (28%). Schadelijkheidsreductie-accessoires worden ook veel gebruikt vanuit de verwachting dat ze roken minder schadelijk maken (33%). Voor ventilatie-accessoires zijn veelgenoemde redenen ook dat ze roken lekkerder of prettiger (21%) of minder schadelijk zouden maken (18%). Als gebruikers anderen kennen die dezelfde tabaksaccessoire gebruiken, zijn dat vaak jongvolwassenen of volwassenen (smaakaccessoires 32% en 49%, schadelijkheidsreductie-accessoires 19% en 16%, ventilatie-accessoires 18% en 38%). Er zijn ook relatief veel gebruikers die niemand kennen die hetzelfde accessoire gebruikt (smaakaccessoires 44%, schadelijkheidsreductie-accessoires 44%, ventilatie-accessoires 47%).



Figuur 5.3 Redenen voor gebruik van accessoires

5.6 Voormalig gebruikers

De meest genoemde reden dat voormalig accessoire-gebruikers nu geen accessoire meer gebruiken is omdat ze het accessoire alleen wilden uitproberen (23%, zowel smaakaccessoires als schadelijkheidsreductie-accessoires en ventilatie-accessoires 28%) (zie Figuur 5.4). Andere veelgenoemde redenen voor het stoppen met smaakaccessoires zijn 'het product dat ik gebruikte bestaat niet meer' (14%), 'het is niet meer zo lekker/prettig als toen ik ermee begon' (12%) en 'het is moeilijk te verkrijgen' (11%). Veelgenoemde redenen voor het niet meer gebruiken van schadelijkheidsreductie-accessoires zijn 'ik merkte geen effect' (13%) en 'het is te duur' (10%). De tweede meest genoemde reden om ventilatie-accessoires niet meer te gebruiken is dat gebruikers geen effect merkten (13%).



Figuur 5.4 Reden waarom rokers een accessoire niet meer gebruiken

5.7 Limitaties

Het gebruik van accessoires onder gebruikers van verhitte tabak, orale tabak, nicotinezakjes en waterpijp is niet goed te interpreteren vanwege de lage aantallen personen in die groepen.

Verder bleek uit sommige antwoorden op open vragen dat meerdere deelnemers de vragen mogelijk niet goed hebben begrepen. Bij de vraag naar het type accessoire werd bijvoorbeeld door 13,5% van de deelnemers de 'Anders, namelijk..' -optie aangeklikt. Een groot deel van hen vulde hier 'geen' of 'niks' in. Dit wekt de indruk dat deze deelnemers überhaupt geen accessoire gebruiken en dus in een eerder stadium een vraag verkeerd hadden ingevuld. Deelnemers konden na het geven van een (verkeerd) antwoord niet terug in de vragenlijst om hun antwoord aan te passen. Het is hierdoor mogelijk dat een klein aantal deelnemers de vragenlijst onjuist heeft ingevuld en dat de gevonden gebruikersaantallen enigszins afwijken van de werkelijkheid.

6 Marketing en marktaandeel

We hebben geen tot weinig literatuur gevonden over de marketing en het marktaandeel van tabaksaccessoires. Daarom is een marketingkader gebruikt om systematisch in beeld te brengen hoe de marketing gedaan lijkt te worden. Bovendien zijn via marktonderzoeksbureau NielsenIQ algemene verkoopcijfers van een paar typen accessoires opgevraagd.

6.1 Marktspelers en hun assortiment

Zowel grote als kleine marktspelers opereren op de markt van tabaksaccessoires. Enerzijds verkopen grote fabrikanten zoals Mascotte naast de reguliere rookwaren/rookbenodigdheden ook smaakaccessoires of schadelijkheidsreductie-accessoires. Anderzijds zijn er kleinere marktspelers die focussen op één type accessoire, vaak wel met smaakvarianten. Sommige kleine marktspelers/merken hebben wel verschillende typen accessoires in het assortiment (bijvoorbeeld Energy+, een los mentholfilter met of zonder klikballetje, en een mentholfilterhuls met of zonder klikballetje), soms met verschillende smaakvarianten (bijvoorbeeld Aroma King, klikballetjes en smaakkaartjes in verschillende smaken).

Als er geen fabrikantenwebsite te vinden is, kan de omvang van het assortiment alleen worden ingeschat door het aanbod in de verschillende webwinkels te bekijken. Er zijn ook merken van buitenlandse origine met een Nederlandse website (bijvoorbeeld Fleva) doordat er een Nederlandse distributeur (bijvoorbeeld Dutch Leaf) bij is betrokken [32]. Sommige webwinkels halen de accessoires uit het buitenland. NovusFumus.nl bijvoorbeeld importeert en is leverancier van het Poolse product Aroma King [33]. Sommige webwinkels, zoals roken.nl, hebben een huismerk te koop; het logo van hun website staat op de verpakking van het accessoire [34]. Het is onduidelijk of zij zelf produceren of dat ze groot inkopen en de verpakkingen laten bedrukken met hun logo. Klikballetjes bijvoorbeeld zijn in grote hoeveelheden te koop via buitenlandse websites (zoals Aliexpress) met een blanco verpakking die nog bedrukt kan worden [35].

6.2 Verkrijgbaarheid

Alle typen accessoires zijn verkrijgbaar van verschillende merken en vaak in verschillende smaken (bijvoorbeeld FrutaStick, een smaakstift [36]). De accessoires worden online verkocht in (rokers)webwinkels, soms ook in een eigen webwinkel van de fabrikant (zoals Mascotte [37]). Een manier waarop bezoekers worden gewezen op de accessoires in het assortiment, is door 'accessoires', 'rookaccessoires', 'tabaksaccessoires', of 'smaakmakers' op te nemen als doorklikmogelijkheid op de homepage of in het menu.

Sommige gemakswinkels (zoals Primera) en tabaksspeciaalzaken verkopen wel enkele tabaksaccessoires, maar ze behoren niet tot het standaardassortiment van dit soort winkels. Sommige tabaksaccessoires die worden gebruikt in zelfgemaakte sigaretten of shag worden ook verkocht bij supermarkten en tankstations.

Inspecteurs die fysieke winkels inspecteren, gaven aan smaakaccessoires geregeld tegen te komen in tabaksspecialzaken of gemakswinkels, maar zelden in de supermarkt. In het assortiment zien ze (bijna) altijd losse filters met smaak en geregeld smaakstiften en aromadruppels. Smaakkaartjes, smaakballetjes, hulzen met smaak of klikfilter en losse klikfilters komen ze soms tegen, maar smaaksteentjes of aromasprays zien ze (bijna) nooit te koop. Van de schadelijkheidsreductie-accessoires wordt de opzetfilter geregeld bij de supermarkt aangetroffen en (bijna) altijd in tabaksspecialzaken en gemakswinkels.

6.3 Marktaandeel

Marktonderzoeksbureau NielsenIQ heeft geen tot zeer weinig data beschikbaar over de verkoop van verschillende typen tabaksaccessoires in Nederland. De beschikbare markt- en verkoopcijfers van de schadelijkheidsreductie-accessoires (filterhulzen en een opzetfilter) en de smaakaccessoires (filters en filterhulzen met smaak) zijn opgevraagd (zie Tabel 6.1).

Tabel 6.1 Accessoires waarvoor markt- en verkoopcijfers zijn opgevraagd bij NielsenIQ

Schadelijkheidsreductie-accessoires	Smaakaccessoires
Finitar filter Mascotte hulzen Carbon Tabarond hulzen Carbon	Dark Horse hulzen menthol MCT hulzen menthol Frutta hulzen* Mascotte hulzen menthol Mascotte hulzen klikfilter menthol Energy hulzen** Energy filters**
*diverse smaken **menthol smaak.	

Om een overzicht van de algemene markt te geven, zijn ook de beschikbare totaalcijfers van sigarettenvloei, hulzen en sigaretten opgevraagd. Om te kijken of de invoering van het mentholverbod invloed heeft gehad op de verkoop van smaakaccessoires, zijn de totale markt cijfers van het jaar voor het mentholverbod en het jaar na het mentholverbod opgevraagd. In Tabel 6.2 zijn de omzet (in euro) en het volume (in aantallen) weergegeven van de subgroep schadelijkheidsreductie-accessoires, de subgroep smaakaccessoires, het totaal van sigarettenvloei en hulzen, en het totaal van sigaretten. Met deze data is het verschil berekend tussen voor en na het mentholverbod. Cijfers van individuele producten kunnen niet worden weergegeven vanwege contractuele afspraken met NielsenIQ.

Tabel 6.2 Omzet- en volumedata van NielsenIQ

Product	Omzet (euro)		
	Voor mentholverbod	Na mentholverbod	Vershil
<i>Schadelijkheidsreductie-accessoires</i>	€ 351.278	€ 350.347	<1%
<i>Smaakaccessoires</i>	€ 2.056.968	€ 2.608.175	+27%
<i>Sigarettenvloei en hulzen (totaal)</i>	€ 481.924.197	€ 501.759.202	+4%
<i>Sigaretten (totaal)</i>	€ 27.022.089.280	€ 30.030.067.680	+11%
Volume (stuks)			
<i>Schadelijkheidsreductie-accessoires</i>	10.830.119	9.991.701	-8%
<i>Smaakaccessoires</i>	167.336.142	184.000.558	+10%
<i>Sigarettenvloei en hulzen (totaal)</i>	76.813.102.720	74.238.370.560	-3%
<i>Sigaretten (totaal)</i>	82.608.083.840	80.266.828.160	-3%

Het mentholverbod lijkt invloed gehad te hebben op de omzet en verkoop van smaakaccessoires. In het jaar nadat het mentholverbod is ingegaan is de omzet met ruim 25% gestegen en het aantal verkochte smaakaccessoires met 10%. De omzet van schadelijkheidsreductie-accessoires is daarentegen vrijwel gelijk gebleven, en het aantal verkochte schadelijkheidsreductie-accessoires is zelfs licht gedaald (-8%) (stuks). Ter vergelijking: de totale sigarettenvloei- en hulzenomzet is enigszins gestegen (+4%) en het aantal verpakkingen enigszins gedaald (-3%). Voor sigaretten zien we eenzelfde beeld. Er is een stijging in omzet van 27 naar 30 miljard euro (+11%) maar het aantal verkochte sigaretten is enigszins gedaald (-3%). De stijging in omzet en het vrijwel gelijk blijven van de stuksverkoop wordt verklaard door een prijsstijging.

Dat er een stijging is in het aantal verkochte smaakaccessoires wijst op een groeisegment in een – over het geheel genomen – kleiner wordende markt. De smaakaccessoires maakten eerst 0,22% van het totaal aan sigarettenvloei en hulzen uit en na het mentholverbod 0,25%. Ook Euromonitordata laten zien dat het gebruik van smaakaccessoires is toegenomen na het mentholverbod [4]. De verkoop van schadelijkheidsreductie-accessoires is niet gestegen. Hierbij moet wel rekening worden gehouden met het feit dat er maar verkoopcijfers van een drietal filterhulzen en opzetfilters beschikbaar zijn. We weten niet wat het aandeel van deze producten is op de gehele markt, die uit veel meer merken en typen bestaat. Helaas zijn er geen omzet- of verkoopcijfers beschikbaar van andere smaakaccessoires, zoals de smaakkrallen/balletjes, sprays en stiften, doordat deze niet bijgehouden worden door NielsenIQ.

6.4 Marketingstrategie

Naast de aspecten die een specifiek tabaksaccessoire aantrekkelijk maken voor de gebruiker (zie hoofdstuk 7), speelt ook de marketingstrategie van tabaksaccessoires in het algemeen een rol in de aantrekkelijkheid van deze producten. Om een beeld te krijgen van de marketingstrategie, zijn fabrikantenwebsites en rokerswebwinkels

geraadpleegd over afbeeldingen en claims, prijsstrategie en vergelijking met andere producten.

6.4.1 Afbeeldingen en claims

Voor tabaksproducten geldt dat elke vorm van marketing, promotie, reclame of sponsoring verboden is, ook op internet. Dit verbod geldt tot op heden niet voor de tabaksaccessoires. Om de gebruikers aan te spreken, bevatten fabrikantenwebsites en rokerswebwinkels vele plaatjes van de verschillende tabaksaccessoires, soms op de openingspagina van de webwinkel [38]. De afbeeldingen tonen het accessoire zelf en hoe het gebruikt dient te worden; de smaken worden gevisualiseerd met plaatjes van bijvoorbeeld fruit of een mentholblaadje (zie een voorbeeld hieronder [39]). In het geval van schadelijkheidsreductie-accessoires wordt er vooral op gewezen dat het consumeren van tabaksproducten minder schadelijk zou worden indien men het accessoire gebruikt.



6.4.2 *Prijstrategie*

Een prijsaanbieding is schaars in de Nederlandse rokerswebwinkels. Een enkel promotiepakket is gevonden (zie voorbeeld hieronder [40]). Er zijn geen proefverpakkingen, 1+1 gratis-acties of kortingscodes gevonden voor tabaksaccessoires.



6.4.3 *Alternatief voor mentholsigaret*

Verschillende webwinkels geven aan dat een consument die op zoek is naar een specifiek accessoire of smaak of vervanger van de mentholsigaret, vrijblijvend contact kan opnemen. Uit een gesprek met een voormalig gebruiker van mentholsigaretten bleek dat hij 'voorlichting' heeft gehad van een tabaksspecialzaakmedewerker om een goed alternatief te vinden in het scala van tabaksaccessoires voor de mentholsigaret. Zowel voor tabaksspecialzaakmedewerkers als voormalig gebruikers van mentholsigaretten zijn er websites opgericht door fabrikanten om hen te voorzien van informatie over producten met smaak, zoals menthol [3, 41].

6.5 **Marketingkanalen**

Gebruikers lijken vooral via tabaksspecialzaken en rokerswebwinkels bereikt te worden. Als ze interesse hebben in een smaak of als ze de schadelijkheid voor de gezondheid van hun rookgedrag willen verminderen, moeten ze dus redelijk actief op zoek gaan. We hebben

geen reclame-uitingen aangetroffen in de traditionele media (tijdschriften, kranten, televisie, radio) of in de horeca.

Sommige webwinkels hebben een facebookpagina, waarop ze af en toe tabaksaccessoires aanprijzen (Novus Fumus (Novus Internet Winkelping), bijvoorbeeld, heeft in een tijdsbestek van drie maanden (aug-okt 2021) 17 berichten geplaatst, waarvan drie over smaakaccessoires). Na een zoektocht op Instagram halverwege oktober 2021 bleek ook dat er niet zoveel berichten over tabaksaccessoires worden gepost; sommige merken hebben een eigen pagina, maar posten niet dagelijks (zie Tabel 6.3).

Tabel 6.3 Gebruikte hashtags of pagina's smaakaccessoires op Instagram (halverwege oktober 2021)

Gebruikte hashtag of paginanaam	Instagram
#frutastick	7 posts
#juicyjays	37.300+ posts (niet allemaal relevant)
Pagina Juicypapers	Account fabrikant: 197 posts
Pagina AromaKing	Account fabrikant: 18 posts
#aromaking	500+ posts
#frizcflavor	100+ posts
#frizc	100+ posts
Pagina frizcflavor	Account fabrikant: 165 posts
Pagina Mascotte.nl	Account fabrikant: 532 posts (maar enkele over de Mascotte active filter en geen posts over menthol accessoires)
#mentholstone	2 posts over Flavor by Stone
Pagina hipzz.nl	Account fabrikant: 265 posts (voornamelijk over e-liquids)
#hipzzcard	2 posts
#finitar	2 posts
#denicotea	100+ posts

6.6 Doelgroep

Voormalige gebruikers van menthol- en andere smaakjessigaretten lijken de doelgroep voor de smaakaccessoires. Regelmatig vermelden webwinkels dat er accessoires zijn om een tabaksproduct, net zoals vóór het mentholverbod, een mentholsmaak te geven (zie voorbeeld hieronder [42]) [36]. Dit geldt niet of nauwelijks voor andere smaken. De ervaring van het gebruik van een tabaksproduct met bijvoorbeeld mentholdruppels erin zou vergelijkbaar zijn met het roken van de inmiddels verboden mentholsigaret, volgens de webwinkel. Een aantal typen accessoires is ook in fruitige en zoete smaken verkrijgbaar, met kleurrijke en vrolijke verpakkingen die vermoedelijk mensen van alle leeftijden aanspreken [43, 44]. Het is bekend dat jongeren smaakjes interessant vinden; de verschillende smaken en mooie verpakkingen zullen hen dus zeker aanspreken [45-47].



X

Vanaf 20 mei 2020 is er in Nederland een verbod op shag of sigaretten met menthol. Sindsdien mag tabak met menthol niet meer worden gemaakt of verkocht. De menthol druppels van Flavour Master kunnen een oplossing zijn om tabak toch zijn menthol smaak te geven zoals gewend.

De menthol drops van Flavour Master zijn druppels om tabak de muntachtige smaak mee te geven zoals menthol sigaretten eerder werden verkocht. Een flesje Flavour Master menthol druppels bevat 10 milliliter vloeistof om toch deze smaak aan uw tabak te geven.

Om sigaretten te voorzien van deze mentholsmaak, besprenkelt u de filter met een paar druppels. Bij één druppel wacht u 30 minuten, als u twee druppels gebruikt, wacht u 60 minuten voor een optimale smaakbeleving.

Gezien de claims en het feit dat schadelijkheidsreductie-accessoires veel worden gebruikt vanuit de verwachting dat ze roken minder schadelijk maken, is het aannemelijk dat de doelgroep voor deze accessoires rokers zijn die weten dat roken ongezond is. De websites geven aan dat het gebruik van het accessoire ervoor zorgt dat ze minder worden blootgesteld aan schadelijke stoffen. De website Novusfumus.nl meldt onder het kopje 'Teer-filters': 'Filter tot 60% teer en nicotine uit jouw sigaret' [48]. Als extra argument om mondstukjes te gebruiken meldt de pagina dat schone vingers behouden blijven: 'FINITAR heeft nog een voordeel! Als je Finitar gebruikt, komen je vingers niet in contact met de sigaret en blijven ze gewoon schoon en fris ruiken. Dat is nog een prettige bijkomstigheid.' [49]

7 Aantrekkelijkheid

Het RIVM heeft recent een conceptueel model ontwikkeld om toxiciteit, verslaving en aantrekkelijkheid van nieuwe tabaks- en aanverwante producten in kaart te brengen [12]. In dit model wordt aantrekkelijkheid bepaald door de interactie tussen een persoon of groep en product- en omgevingsfactoren. Productgerelateerde factoren die aantrekkelijkheid bepalen omvatten onder andere sensorische eigenschappen, (variatie in) smaken, nicotinegehalte, design van het product en de verpakking, de prijs en gezondheidseffecten. Omgevingsfactoren die een rol spelen bij de aantrekkelijkheid zijn verkrijgbaarheid, marketing, beschikbare informatie en het sociale netwerk. Beide soorten factoren kunnen worden beïnvloed door wet- en regelgeving. Hoewel het model is ontwikkeld voor tabaks- en aanverwante producten, kunnen veel elementen ook worden gebruikt om de aantrekkelijkheid van tabaksaccessoires te beschrijven (zie Bijlage III) en te beoordelen. We onderzoeken de aantrekkelijkheid van het tabaksaccessoire zelf en of het gebruik hiervan het gebruik van tabaksproducten aantrekkelijker maakt. Hierbij moet worden opgemerkt dat we niet weten hoe zwaar de verschillende aspecten wegen. Dit kan ook per gebruiker of gebruikersgroep anders zijn. Gebruikers kunnen namelijk verschillende wensen en percepties hebben en bepaalde aspecten anders waarderen.

7.1 Aantrekkelijkheid smaakaccessoires

Het beoogde effect van smaakaccessoires, namelijk smaak geven aan een regulier tabaksproduct, is het belangrijkste aspect dat ze aantrekkelijk maakt. Dit is met name aantrekkelijk voor de gebruiker die op zoek is naar een tabaksproduct met een smaak (anders dan tabak), zoals een voormalig mentholsigaretroker. Hoewel er verschillende typen accessoires bestaan die allemaal hetzelfde effect hebben, maakt een verschil in factoren het ene type accessoire mogelijk aantrekkelijker dan het andere.

7.1.1 *Productgerelateerde factoren*

Sensorische eigenschappen beïnvloeden de aantrekkelijkheid, zoals de aanwezige smaak en/of geur, de scherpte of juist mildheid van de smaak, en de mate van keelprikkeling. We kunnen aannemen op basis van de productinformatie dat smaakaccessoires allemaal voor een waarneembare smaak zorgen, wat ze aantrekkelijk maakt voor gebruikers die een product met een smaak wensen. Het is niet duidelijk of sommige accessoires een aantrekkelijker of sterkere smaak geven dan andere, of dat ze irritatie in de keel beïnvloeden.

Bij sommige accessoires (spray, kaartje, steentje, stift, druppelflesje) is de smaakintensiteit beïnvloedbaar, wat het accessoire waarschijnlijk voor meer gebruikers aantrekkelijk maakt. Dat de smaak als geur aanwezig is tijdens het klaarmaken van het tabaksproduct of het openen van de verpakking, kan de aantrekkelijkheid verhogen. Dit geldt voor het kaartje, spray, steentje, huls/vloeipapier, stift en druppelflesje. In de beschrijving van smaakaccessoires wordt niets gezegd over het verminderen van de scherpte of een gevoel van irritatie in de keel. Veel

smaakaccessoires zijn echter verkrijgbaar in een mentholsmaak en het is bekend dat menthol dat effect kan bewerkstelligen. De aanwezigheid van menthol in tabaksrook heeft een verzachtende werking, waardoor rook gemakkelijker is te inhaleren [50, 51]. Smaakaccessoires die een mentholsmaak afgeven kunnen daarom aantrekkelijk zijn voor de gebruiker van een regulier product. Dit geldt zeker voor jonge en beginnende rokers die nog niet gewend zijn aan het inhaleren van scherpe, prikkelende tabaksrook [51].

De variëteit aan smaken kan een aantrekkelijk aspect zijn, maar dit hangt sterk af van waar de gebruiker naar op zoek is. Voor rokers die een vervanging van een mentholsigaret zoeken, of die graag één vaste smaak gebruiken, is de verkrijgbaarheid van meerdere smaken niet per se aantrekkelijk. Voor rokers die van afwisseling houden is dat wel het geval. Dit wordt mogelijk gemaakt door het kaartje, huls/vloeipapier, filtertoevoeging, klikfilter, stift, kralen of druppelflesje. Verrijgbaarheid van meer smaken zorgt er waarschijnlijk wel voor dat het product voor meer mensen aantrekkelijk is, want smaken verschillen. Daarom gaan we ervan uit dat een accessoire dat verkrijgbaar is in veel verschillende smaken, aantrekkelijker is dan een accessoire dat maar in één tot drie smaken verkrijgbaar is.

Het design van het product, de functionaliteit en het gebruiksgemak beïnvloeden ook de aantrekkelijkheid. We letten bij het design op de esthetiek, de kleuren en het gebruik van plaatjes van de verpakking en van het tabaksaccessoire zelf (zie Bijlage III). Er zijn geen aanwijsbare verschillen in design van verpakking of product waardoor het ene smaakaccessoire aantrekkelijker zou zijn dan het andere. De functionaliteit en het gebruiksgemak van het accessoire beïnvloeden de aantrekkelijkheid. Voor mensen die gewend zijn aan het roken van een sigaret vereisen alle smaakaccessoires een extra handeling voor ingebruikname. Voor mensen die gewend zijn aan het rollen van shag of vullen van hulzen, zal het geen extra handeling vereisen om een vloeipapier of huls met smaak/klikfilter te gebruiken. Daarom zijn deze smaakaccessoires aantrekkelijker voor gebruikers van zelfgemaakte sigaretten of shag dan voor de roker van gebruiksklare sigaretten.

Daarnaast kan iemand die op zoek is naar één smaak een 'batch' accessoire aantrekkelijker vinden dan iemand die interesse heeft in verschillende smaken. Denk hierbij aan een buidel shagtabak in één keer inspraken ('batch') voordat er shagjes worden gerold versus een smaakkraal/balletje in het filter van elke sigaret drukken. Smaakaccessoires die direct effectief zijn, zijn waarschijnlijk aantrekkelijker dan accessoires waarbij een wachttijd nodig is voordat de smaak in het tabaksproduct is getrokken. Het smaakkaartje dient bijvoorbeeld minstens 30 minuten in het pakje te zitten, voordat de sigaretten een smaak hebben gekregen. We nemen aan dat de aantrekkelijkheid afneemt als er een langere wachttijd is voordat het tabaksproduct met smaakaccessoire geconsumeerd kan worden. Alle accessoires zijn gemakkelijk mee te nemen, en dus op dat aspect even aantrekkelijk.

Ook de prijs van een product kan de aantrekkelijkheid bevorderen. Sommige accessoires worden verkocht in grote verpakkingen met meer

dan 100 stuks, zoals filterhulzen met smaak. Accessoires in kleinere verpakkingen zijn duurder, bijvoorbeeld de smaakkaartjes (minder dan 25 stuks). Daarnaast dienen er soms meerdere verpakkingen te worden aangeschaft en kan men bijvoorbeeld niet maar één sprayflesje kopen. We nemen aan dat als de aankoopprijs van een verpakkingseenheid laag is, dit de aantrekkelijkheid bevordert. Voor sommige accessoires wordt een extra bedrag betaald als aanvulling op de prijs van het tabaksproduct, terwijl andere accessoires een onderdeel van het uiteindelijke tabaksproduct (zelfgemaakte sigaret of shagje) vervangen (bijvoorbeeld een mentholhuls in plaats van een reguliere huls) en dus geen extra kosten met zich meebrengen.

7.1.2 *Omgevingsfactoren*

Voor alle smaakaccessoires geldt dat er geen leeftijdsrestricties zijn en dat ze overal mogen worden gebruikt. De verkrijgbaarheid van een accessoire kan de aantrekkelijkheid beïnvloeden. Sommige tabaksaccessoires zijn verkrijgbaar in fysieke winkels, vaker in tabaksspeciaalzaken dan in de supermarkt. Alle accessoires zijn gemakkelijk online verkrijgbaar (minstens één merk van elk type accessoire is aangetroffen in meer dan vijf Nederlandse webwinkels met tabaks- en aanverwante artikelen). De goede verkrijgbaarheid maakt de accessoires aantrekkelijk in gebruik. Accessoires kopen in een supermarkt is waarschijnlijk aantrekkelijk voor veel gebruikers, omdat men deze tegelijk met de dagelijkse boodschappen kan aanschaffen.

De marketing, informatie, verkrijgbaarheid en gebruik in het sociale netwerk beïnvloeden de aantrekkelijkheid van smaakaccessoires, maar dit is voor alle typen smaakaccessoire vergelijkbaar. In hoofdstuk 6 is de marketing van tabaksaccessoires uitgebreid beschreven. Marketing wordt vooral online gebruikt om voormalig mentholsigaretgebruikers te werven. Rokerswebwinkels hebben bijvoorbeeld op de startpagina een snelkoppeling naar 'tabaksaccessoires' of een vermelding dat er alternatieven zijn voor de verboden mentholsigaret. Dit verleidt wellicht de (mogelijk) geïnteresseerde gebruiker om deze producten te bekijken, maar het beïnvloedt niet de mate van aantrekkelijkheid van de verschillende smaakaccessoires. Er is amper tot geen informatie beschikbaar over de producten. Uit de vragenlijst blijkt dat de gebruikers van smaakaccessoires bijna geen andere accessoiregebruikers kennen, waaruit we concluderen dat het sociale netwerk van gebruikers de aantrekkelijkheid minimaal zal beïnvloeden.

7.1.3 *Waardeoordeel aantrekkelijkheidsaspecten*

Alle smaakaccessoires kunnen roken aantrekkelijker maken, maar de aantrekkelijkheid is voor sommige aspecten verschillend. Die aspecten en de verschillen per type worden getoond in Tabel 7.1. We weten niet hoe zwaar de verschillende aspecten wegen voor de individuele gebruiker.

Tabel 7.1 Waardeoordeel aantrekkelijkheidsaspecten die verschillen tussen de verschillende typen smaakaccessoires

Type	Productgerelateerde factoren					Omgevingsfactoren	
	Geur	Intensiteit beïnvloedbaar	Variatie in smaken	Wacht tijd	Kosten	Verkrijgbaarheid	Batch of individueel product
<i>Kaartje</i>	+	+	+	-	+	+	+
<i>Spray</i>	+	+	±	-	-	-	+
<i>Steentje/stick</i>	+	+	±	-	+	-	+
<i>Huls/vloeipapier</i>	+	-	+	+	+	-	-
<i>Filtertoevoeging</i>	-	-	+	+	+	++	-
<i>Klikfilter</i>	-	-	+	+	+	++	-
<i>Stift</i>	+	+	+	+	-	-	-
<i>Kralen/balletjes</i>	-	-	+	+	+	+	-
<i>Mondstukje</i>	-	-	-	+	-	-	-
<i>Druppel flesje/tube</i>	+	+	+	±	+	+	-

Geur: - geen geur, + wel geur

Intensiteit beïnvloedbaar: - niet beïnvloedbaar, + beïnvloedbaar

Variatie in smaken: - 1 smaak, ± 1-3 smaken, + >3 smaken

Wachttijd: - >20 min, ± max 20 min, + geen

Kosten verpakkingseenheid: - duur (>5 euro), + goedkoop (<5 euro)

Verkrijgbaarheid: - <5 webwinkels, + >5 webwinkels, ++ >5 webwinkels en supermarkt

Batch of individueel product: - smaak toevoegen per product, + smaak toevoegen aan batch

7.2 Aantrekkelijkheid schadelijkheidsreductie-accessoires

Schadelijkheidsreductie-accessoires hebben als claim dat ze de schadelijkheid van het tabaksproduct zullen verminderen. Naar verwachting is het het gepercipieerde gezondheidseffect wat de gebruiker aantrekkelijk vindt aan deze accessoires. Er zijn op dit moment twee typen accessoires die dit claimen te bereiken. Hieronder wordt besproken of er productgerelateerde of omgevingsfactoren zijn die het ene accessoire aantrekkelijker maken dan het andere; hierbij speelt de wens van de gebruiker ook een rol. In Bijlage III zijn de beschrijvingen van de verschillende accessoires en hun verpakkingen te vinden.

7.2.1 Productgerelateerde factoren

De sensorische eigenschappen (aanwezige smaak en/of geur, scherp of juist mild van smaak, gevoel van irritatie in de keel) beïnvloeden de aantrekkelijkheid van accessoires die de risicoperceptie verminderen. Door het gebruik van het accessoire zou de tabaksrook zijn smaak grotendeels behouden, maar wel minder scherp zijn en minder irriterend voor de keel. Dat de tabaksrook 'zachter' wordt, maakt het gebruik van het accessoire aantrekkelijk voor de gebruiker die daar naar op zoek is. Vooral voor onervaren rokers, die nog niet gewend zijn aan het inhaleren van rook, kan dit aantrekkelijk zijn.

Ook het design van het product, de functionaliteit en het gebruiksgemak beïnvloeden de aantrekkelijkheid. Over het algemeen vinden wij dat de verpakkingen en producten er aantrekkelijk uitzien; hier is aandacht aan

besteed. Er zijn geen aanwijsbare verschillen in design van verpakking of product waardoor het ene type accessoire aantrekkelijker zou zijn dan het andere. Het gebruiksgemak beïnvloedt niet de aantrekkelijkheid in vergelijking met een regulier tabaksproduct. Bij gebruik van een schadelijkheidsreductie-accessoire dien je vooraf het mondstukje op een sigaret te drukken. Dit is een minimale extra handeling ten opzichte van het roken van een sigaret en zal het accessoire niet minder aantrekkelijk maken. Voor rokers die gewend zijn aan het rollen van shag of het vullen van hulzen, zal het geen extra handeling vereisen om een filter mee in het vloeipapier te rollen of een huls met filtertoevoeging te gebruiken. Hierdoor is een filtertoevoeging mogelijk aantrekkelijker voor gebruikers van zelfgemaakte sigaretten of shagjes dan voor de roker van gebruiksklare sigaretten.

De prijs van een product kan ook de aantrekkelijkheid bevorderen, maar hangt wederom af van het type gebruiker. Sommige accessoires brengen aanvullende kosten met zich mee, doordat het accessoire als aanvulling op het tabaksproduct wordt gebruikt. Voor andere accessoires is het een verwaarloosbaar bedrag, doordat er een onderdeel van het uiteindelijke tabaksproduct (zelfgemaakte sigaret of shagje) wordt vervangen door het accessoire (in plaats van een reguliere huls wordt een huls met filtertoevoeging gebruikt).

De mate waarin schadelijke stoffen volgens de claim worden weggevangen is een aspect waarop de aantrekkelijkheid van het type accessoires kan verschillen. Bij mondstukjes wordt soms in percentages aangegeven hoeveel minder schadelijke stoffen de tabaksrook bevat ten opzichte van de consumptie van een tabaksproduct zonder mondstukje. We nemen aan dat indien dit percentage hoger is, dit de aantrekkelijkheid verhoogt, want dat impliceert een betere effectiviteit van het accessoire.

7.2.2 *Omgevingsfactoren*

Schadelijkheidsreductie-accessoires zijn goed toegankelijk. Net als voor smaakaccessoires zijn er geen leeftijdsrestricties en mogen ze overal worden gebruikt. Zowel het mondstukje als de filtertoevoeging is gemakkelijk verkrijgbaar, online, in tabaksspeciaalzaken of in de supermarkt. Dit maakt de accessoires aantrekkelijk in gebruik, want het kost geen extra moeite om ze aan te schaffen.

Wat betreft marketing wordt op webwinkels het geclaimde gezondheidseffect van de mondstukjes vaker genoemd dan voor de filtertoevoegingen, waardoor de mondstukjes wellicht aantrekkelijker zijn. Uit de vragenlijst blijkt dat de gebruikers van smaakaccessoires bijna geen andere accessoire-gebruikers kennen. Waarschijnlijk is het sociale netwerk van huidige gebruikers dus geen belangrijke factor in de aantrekkelijkheid.

7.2.3 *Waardeoordeel aantrekkelijkheidsaspecten*

De aantrekkelijkheid van de schadelijkheidsreductie-accessoires verschillen in twee aspecten van elkaar (zie Tabel 7.2). Het is mogelijk dat de doelgroep verschilt voor beide producten, namelijk dat filtertoevoegingen vooral worden gebruikt door make-your-own-rokers, en mondstukjes vooral door rokers van gebruiksklare sigaretten.

Tabel 7.2 Waardeoordeel aantrekkelijkheidsaspecten die verschillen tussen de verschillende typen accessoires die de risicoperceptie verminderen.

Type	Productgerelateerde factoren	
	Gebruiksgemak	Gepercipieerd gezondheidseffect
<i>Mondstukje</i>	+	+
<i>Filtertoevoeging</i>	-	-

Gebruiksgemak: + minimale handeling, - voorbereidende handeling

Gezondheidseffect: + wel aangegeven, - niet aangegeven

7.3 Accessoires met een dubbele functie

Er is één type accessoire gevonden dat zowel smaak toevoegt aan de rook als belooft de rook minder schadelijk te maken: een mondstukje met een klikballetje. Alle aantrekkelijkheid verhogende aspecten van het klikfilter zijn dus ook van toepassing op dit mondstukje. Daarbij komt het geclaimde gezondheidseffect, wat het voor sommige gebruikers een aantrekkelijker accessoire zal maken ten opzichte van het 'reguliere smaakmondstukje'. We nemen dan ook aan dat dit smaakmondstukje aantrekkelijk is voor zowel smaakaccessoiregebruikers als schadelijkheidsreductie-accessoiregebruikers.

8 Effectiviteit van accessoires om TNCO te reduceren

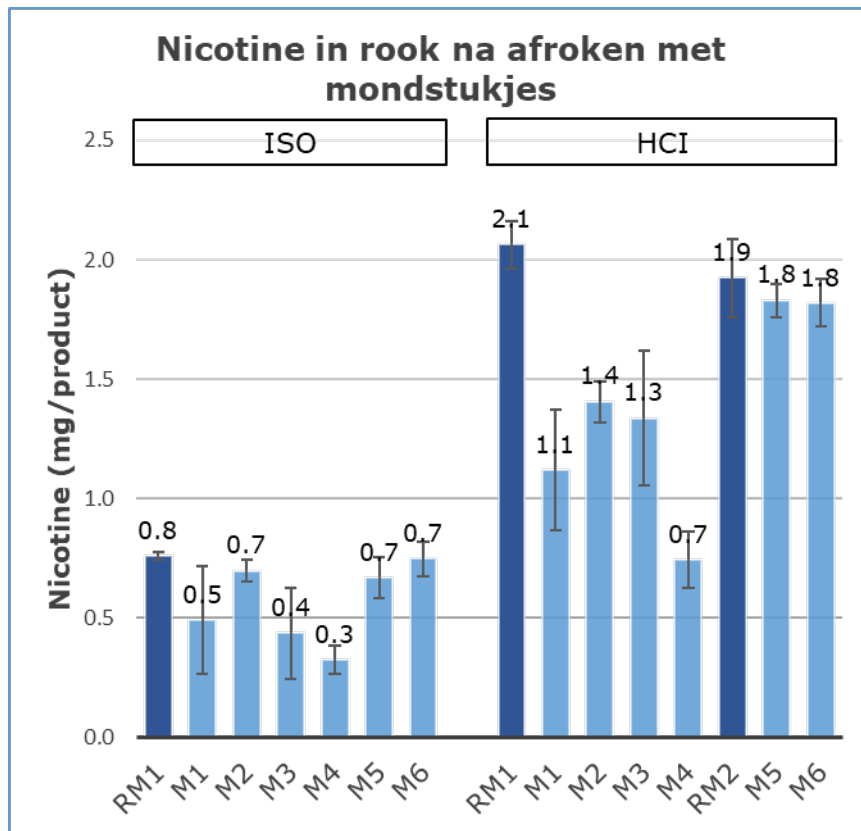
Het is onduidelijk of schadelijkheidsreductie-accessoires effectief zijn in het reduceren van schadelijke stoffen in tabaksrook, zoals wordt beweerd in de gebruiksaanwijzing, op de verpakking en/of de website. Daarom zijn drie verschillende typen tabaksproducten met bijpassende schadelijkheidsreductie-accessoires onderzocht (zie Tabel 2.1):

- sigaret met mondstukje (opzetfilter of sigarettenpijpje);
- shagje met filter (acetaatfilter of filterkokertje);
- zelfgemaakte sigaret met filtertoevoeging in een filterhuls.

In Tabel 2.1 van dit rapport staat welke specifieke producten zijn getest. Alleen voor de accessoires M1, M2 en M3 wordt een concreet percentage reductie geclaimd; voor M1 van schadelijke stoffen, voor M2 en M3 van teer en nicotine. Voor M4, M5, M6, H1 en F2 wordt geen concreet percentage opgegeven. In geen enkel geval heeft de fabrikant opgegeven hoe de reductie is gemeten.

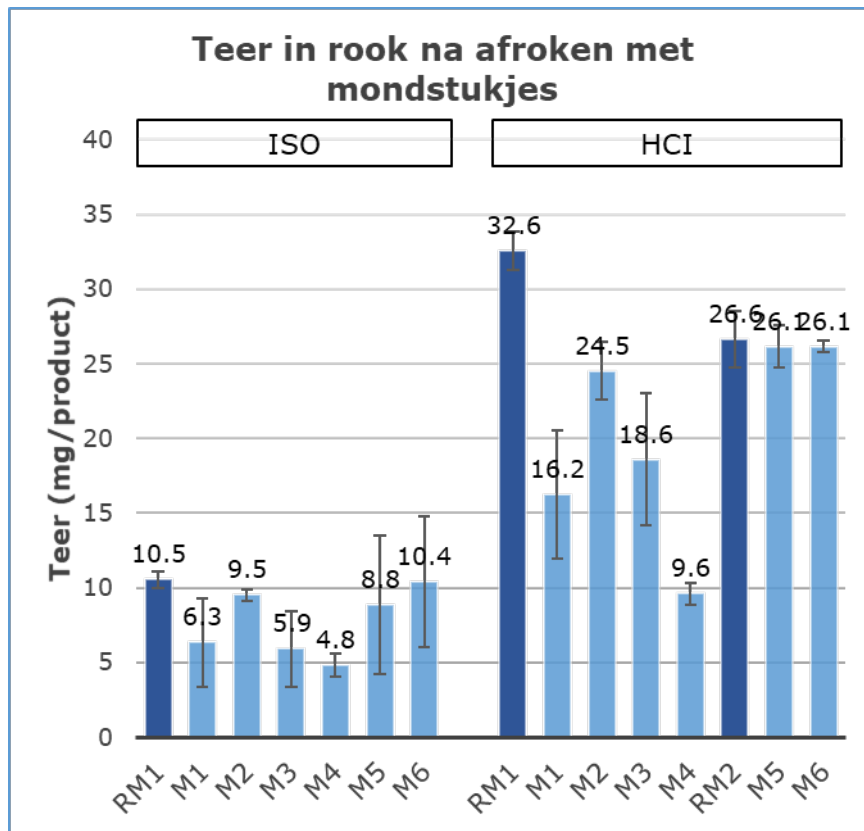
8.1 Effect mondstukjes op TNCO in sigarettenrook

Het gebruik van de onderzochte accessoires resulteert in veel gevallen in een reductie van teer en nicotine in vergelijking met het tabaksproduct zonder accessoire (zie Figuur 8.1 en 8.2) die groter is dan de standaarddeviatie. Dit effect is sterker bij het HCI-protocol. Bijlage IV bevat een datatabel en aanvullende figuren.



Figuur 8.1 Gemiddeld nicotinegehalte in rook (mg/product) na het afroken van een sigaret met verschillende mondstukjes volgens het ISO of HCI protocol, met standaarddeviaties. De donkerblauwe balk geeft een sigaret zonder accessoire aan

Accessoire M2, M5 en M6, die op het filter van de sigaret RM1 worden geplaatst, houden (bijna) geen nicotine en teer tegen na het afroken met ISO, rekening houdend met de standaarddeviatie. M2 houdt bij het intensere afrookprotocol (HCI) wel nicotine en teer (25-32%) tegen. De accessoires M1, M3 en M4 houden nicotine en teer tegen bij het afroken met beide protocollen (ISO 35-57%, HCI 32-64%). De mondstukjes filteren geen koolmonoxide in het geval van ISO, en maar minimaal bij HCI (zie Bijlage IV). De filters in de sigarettenpijpjes (M5 en M6) houden, rekening houdend met de standaarddeviatie, geen tot vrijwel geen TNCO tegen bij beide protocollen.

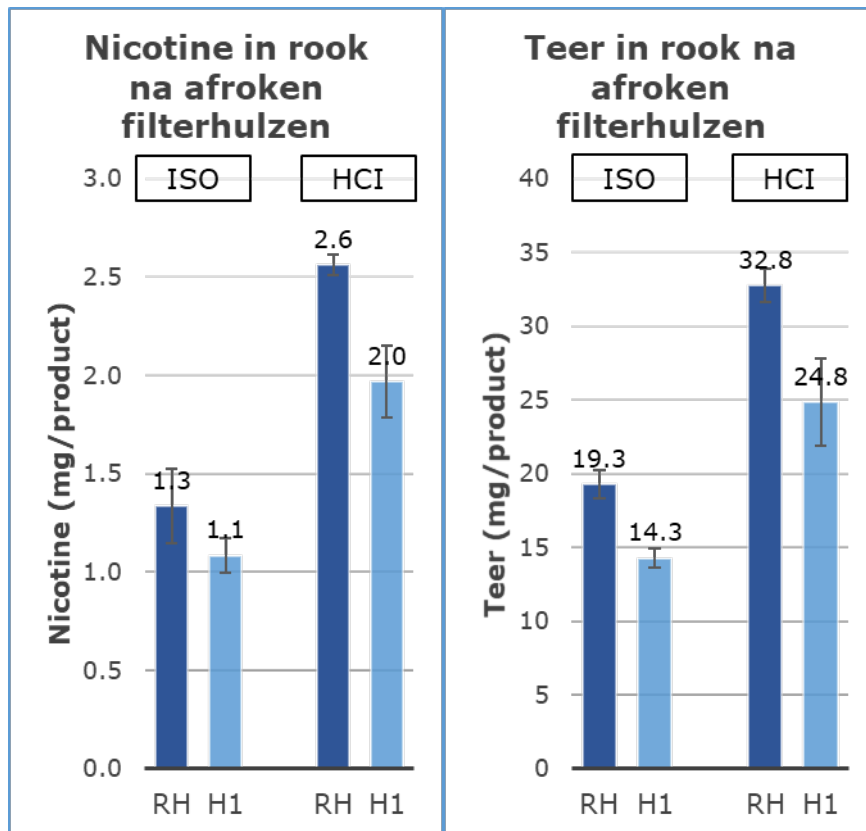


Figuur 8.2 Gemiddeld teergehalte in rook (mg/product) na het afroken van een sigaret met verschillende mondstukjes volgens het ISO- of HCI-protocol, met standaarddeviaties. De donkerblauwe balk geeft een sigaret zonder accessoire aan

Of de geclaimde effectiviteit wordt gehaald kan niet worden beoordeeld, omdat de claim niet voldoende wordt gespecificeerd. In geen enkel geval is opgegeven hoe de reductie is gemeten. M1 beweert 43% schadelijke stoffen uit de rook te filteren, maar welke stoffen dat zijn is onbekend. M2 zou 40 tot 60% teer en nicotine tegenhouden, maar het is onbekend waarom er een range van 20% is. De laboratoriummetingen van M2 laten een maximale reductie van 32% nicotine en 25% teer zien. M3 zou ongeveer 60% teer en nicotine tegenhouden, maar dat wordt niet gehaald met de gemeten reductie van maximaal 35% voor nicotine en 43% voor teer. Omdat de claims niet worden gespecificeerd, zijn deze niet onderbouwd. Bovendien is het onbekend of een reductie van 'schadelijke stoffen' werkelijk leidt tot een minder schadelijk product.

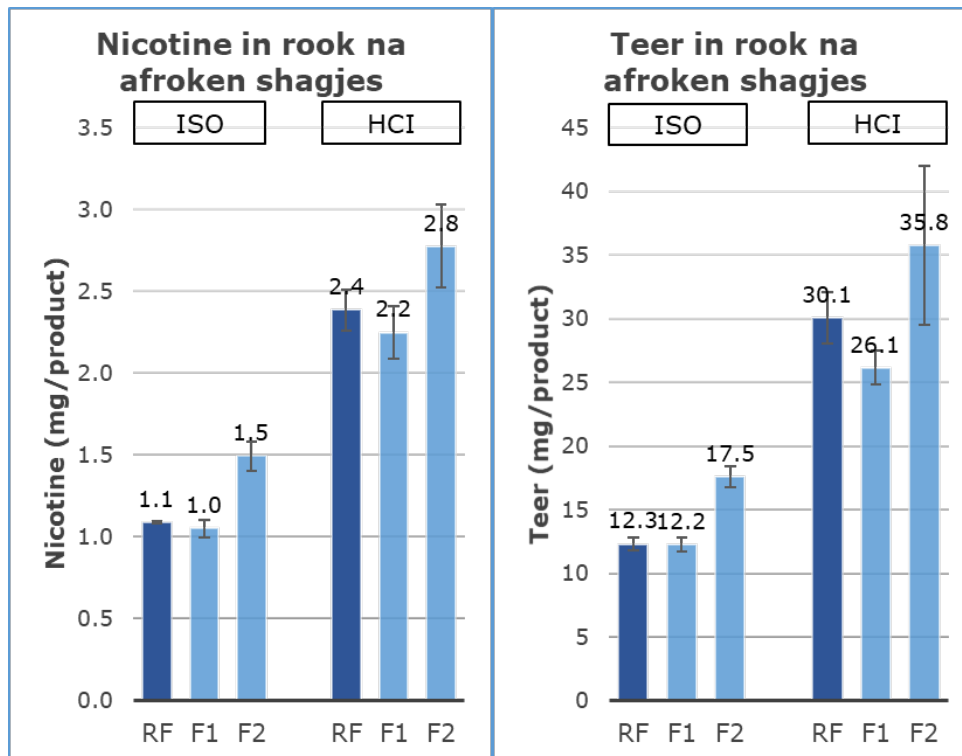
8.2 Effect filtertoevoeging in filterhuls of shagje

De filterhuls H1 laat tot een kwart minder teer en nicotine door het filter gaan (19-26%) dan de referentiefilterhuls (RH), bij beide afrookregimes (zie Figuur 8.3).



Figuur 8.3 Gemiddelde nicotine (links) en teer (rechts) in rook (mg/product) na het afroken van een filterhuls met volumetabak volgens het ISO- of HCI-protocol, met standaarddeviaties. De donkerblauwe balk geeft een zelfgemaakte sigaret zonder filtertoevoeging aan

De nicotine en teer in de rook van een shagje met (F1) of zonder (RF) (acetaat)filter, zijn hetzelfde (zie Figuur 8.4). F1 lijkt een kleine hoeveelheid koolmonoxide tegen te houden (12-23%), zowel bij ISO als bij HCI. F2 gerold in een shagje geeft onverwachte resultaten. Er lijkt meer nicotine en teer in de rook te zitten van het shagje met F2 dan in de rook van RF. De hoeveelheid koolmonoxide is vergelijkbaar met F1.



Figuur 8.4 Gemiddelde nicotine (links) en teer (rechts) in rook (mg/product) na het afroken van een shagje met filter volgens het ISO- of HCI-protocol, met standaarddeviaties. De donkerblauwe balk geeft een shagje zonder filter aan

8.3

Limitaties

De resultaten van de sigaretten met accessoires laten in de meeste gevallen grote variatie zien (grote standaarddeviatie en variatiecoëfficiënt). Dit was ook het geval toen het experiment werd herhaald. De resultaten van de sigaretten zonder accessoire hebben echter een kleine spreiding. De grote spreiding in de resultaten wordt dus waarschijnlijk veroorzaakt door het gebruikte accessoire.

Het afrookproces van de referentiesigaretten in een mondstukje is vergelijkbaar verlopen als zonder mondstukje, zoals te zien aan het aantal trekjes dat is genomen (zie Bijlage IV). De grotere spreiding wordt hier waarschijnlijk veroorzaakt doordat de mondstukjes binnen één merk mogelijk van elkaar verschillen.

In het shagje met F2 zit beduidend minder tabak omdat het filter een groot formaat heeft. De exacte hoeveelheden gebruikte tabak zijn weergegeven in Bijlage IV. Ondanks de veel lagere hoeveelheid tabak lijken er meer teer en nicotine in de rook aanwezig te zijn ten opzichte van een referentieshagje. Een mogelijke oorzaak hiervoor zou kunnen zijn dat het gehele rookproces dusdanig wordt beïnvloed door F2 dat er meer teer en nicotine in de rook terechtkomt. Het verhoogde teergehalte zou mogelijk ook kunnen worden veroorzaakt door kleine deeltjes die uit F2 in de rook terechtkomen en worden meegewogen bij de bepaling van het teergehalte. Het verhoogde nicotinegehalte zou kunnen worden veroorzaakt doordat nicotine in F2 zit, wat vrijkomt bij het roken. Dit is niet nader onderzocht, maar erg onwaarschijnlijk.

9 Internationale bekendheid en regelgeving

De accessoires vallen tot op heden niet onder de Nederlandse tabakswetgeving of Europese TPD. Toch zijn er zorgen over accessoires omdat ze het roken aantrekkelijker kunnen maken. Het reguleren of verbieden van accessoires die een smaak geven of die de schadelijkheid claimen te reduceren, kan daarom mogelijk leiden tot minder rokers. Mocht VWS accessoires willen reguleren, dan kan informatie over regulering in andere landen behulpzaam zijn. Wereldwijd is er een aantal landen dat het gebruik van additieven of ingrediënten die smaak aan tabaksproducten kunnen geven of de smaak wijzigen, verbiedt, ongeacht de toegevoegde hoeveelheid. Mauritanië verbiedt bijvoorbeeld alle ingrediënten die 'de smaak van tabaksproducten kunnen verbeteren' [52]. Menthol en andere smaakstoffen zijn verboden in onderdelen van tabaksproducten – zoals papier en filters – in Canada, Moldavië, Turkije en Mauritanië. Moldavië en Turkije verbieden ook specifiek het gebruik van smaakcapsules in tabaksproducten.

Binnen Europa is er de Europese Tabaksproductenrichtlijn 2014/40/EU (TPD) [1]. In totaal hebben 16 landen die horen bij de Europese 'Tobacco control subgroup on ingredients' gereageerd op onze vraag naar marktinformatie en definities in de nationale wetgeving met betrekking tot 'accessoires' die smaak toevoegen of de aantrekkelijkheid van tabaksproducten anderszins verhogen. De meeste landen gaven aan dat er (gearomatiseerde) accessoires voor tabaksproducten op hun (online) markt verkrijgbaar zijn. Enkele landen gaven echter ook aan niet 'officieel' op de hoogte te zijn van deze producten op hun markt, omdat ze niet geregistreerd zijn of niet worden gehandhaafd door autoriteiten.

9.1 Smaakaccessoires

De TPD schrijft lidstaten voor om tabaksproducten met een kenmerkend aroma te verbieden (Art. 7.1)[1]. Dit betreft alleen tabaksproducten die klaar zijn voor gebruik (Art.7.1, Art. 2.18). Sommige landen hebben aanvullende nationale wetgeving voor smaakaccessoires, zoals België, Denemarken en Litouwen. Het is echter niet bekend wat het effect hiervan is op de rookprevalentie.

België: 'Het is verboden om elk technisch element, zoals filters en papier, in de handel te brengen die de intensiteit van verbranding, de kleur van de emissies, de geur, of de smaak van producten op basis van tabak toelaten te wijzigen. Bovendien mag dit element de additieven vermeld in paragraaf 3 niet bevatten.' (zie hoofdstuk 3, Artikel 5, §9)[53]

Denemarken: 'Het verbod impliceert dat de karakteristieke smaak bij het gebruik van het tabaksproduct of het plantaardige rookproduct niet het resultaat mag zijn van de toevoeging van aromastoffen of additieven die een karakteristieke smaak geven aan de ingrediënten van de producten, of aan de voor het roken gebruikte apparatuur, ongeacht de aard van deze ingrediënten of apparatuur.' (onofficiële Nederlandse vertaling) (Artikel 15.1)[54]

Litouwen: 'It shall be prohibited in the Republic of Lithuania to sell goods to be used for smoking tobacco products (or preparing to smoke tobacco products), i.e. pipes, cigarette holders, mouthpieces for pipes, scrapers for pipes, cigarette holders, home cigarette rolling machines, any type of cigarette (smoking) paper (cut or uncut, glued into tips, with or without filters) to persons under 18 years of age.' (Chapter 2, Article 16)[55]

Twee andere landen, Spanje en Finland, werken momenteel aan regelgeving. Hieronder staan de onofficiële Nederlandse vertalingen van de concept-definities.

Finland: Het verbod op de verkoop van alle producten die bedoeld zijn om tabaksproducten een karakteristieke smaak/aroma te geven. Indien het product onder de definitie van 'rookaccessoire' valt, zijn er beperkingen voor de verkoop ervan (zoals leeftijdsbeperkingen) en is verkoopbevordering verboden.

Spanje: Een nieuw concept van 'ingrediënten' dat deze soorten accessoires gaat omvatten: 'Filters, capsules, vloeitjes, steentjes, kaarten en andere elementen waarvan het hoofd- of voornamelijk gebruik samenhangt met tabaksproducten, worden als ingrediënten beschouwd.'

9.2 (Mondstuk)filters

In de TPD zijn filters of onderdelen hiervan alleen gereguleerd wanneer ze onderdeel zijn van het gebruiksklare tabaksproduct (Art. 7.7 en Art. 2.18 [1]); 'De lidstaten verbieden het in de handel brengen van tabaksproducten met bestanddelen, zoals filters, papier, verpakkingen of capsules, die geur- of smaakstoffen bevatten of met technische elementen die de geur, de smaak of de intensiteit van de rook van de betreffende tabaksproducten kunnen wijzigen. Filters, papier en capsules mogen geen tabak of nicotine bevatten.' Dat ze wel los mogen worden verkocht, geeft aan dat (mondstuk)filters niet uniform worden geïnterpreteerd. Losse (mondstuk)filters waarvan wordt beweerd dat ze rook 'minder schadelijk' maken, zijn in bijna alle Europese landen te vinden. Ongeveer de helft van de landen gaf aan dat deze losse filterproducten op hun markt zijn toegestaan. Landen met regelgeving zijn opnieuw België (zie hoofdstuk 3, Artikel 5, §9)[53] en Litouwen (Chapter 2, Article 16 [55]) (alleen voor <18 jaar).

9.3 Toevoegen accessoires aan regelgeving

Veel EU-lidstaten gaven aan dat zij worstelen met de vraag hoe zij deze accessoires, met name de smaakaccessoires, moeten aanpakken, aangezien het geen tabaksproducten zijn (volgens de TPD), maar specifiek samen met tabaksproducten worden gebruikt. Lidstaten die belangstelling tonen om regelgeving op te stellen met betrekking tot (smaak)accessoires voor tabaksproducten, lijken twee mogelijkheden te hebben:

- Door nationale wetgeving op te stellen inzake tabaksgebruik of tabaksproducten, die sneller (dan EU-wetgeving) kan worden verwezenlijkt.

- Door met andere Europese lidstaten gezamenlijk een herziening van de TPD te realiseren met betrekking tot (smaak)accessoires voor tabaks- en aanverwante producten. Dit kan echter nog een aantal jaar in beslag nemen, omdat hiervoor de TPD moet worden herzien.

10 Discussie

10.1 Gebruik en gebruikers van accessoires

Van de Nederlandse rokers gebruikt momenteel 9% wel eens smaakaccessoires en 4% wel eens schadelijkheidsreductie-accessoires. De cijfers over smaakaccessoires zijn in lijn met eerder gerapporteerde data. Euromonitor-gegevens hebben laten zien dat 13% van de rokers na invoering van het mentholverbod accessoires is gaan gebruiken om een mentholmaak toe te voegen [4]. Dit getal werd bevestigd door resultaten van een RIVM-vragenlijst uit 2020 waaruit bleek dat 10% van de rokers wel eens een product gebruikte om mentholmaak toe te voegen aan hun tabaksproduct (niet-gepubliceerde data, [5]). Nederlandse data uit het International Tobacco Control (ITC) Policy Evaluation Project uit 2020 laten zien dat 14,2% van de respondenten mentholsigaretten rookte vóór het mentholverbod, van wie het merendeel vrouwen (20% vs. 9% van de mannen). Na het verbod ging 21% van de respondenten shag met een mentholfilter gebruiken, al is niet bekend hoe vaak ze dit product gebruikten [56].

Huidig gebruik van smaakaccessoires is hoger bij gebruikers van 18-24 jaar (23,7%) en bij gebruikers van 25-44 jaar (16,5%) dan gemiddeld (9,2%). Dit is in lijn met cijfers uit de ITC-studie, die laten zien dat 18-25 jarigen (21,4%) en 25-39 jarigen (20%) voor het verbod vaker mentholsigaretten rookten dan de gemiddelde roker (14,2%) [56]. Aan de andere kant is dit leeftijdseffect niet specifiek voor smaakaccessoires, want het is ook gevonden voor schadelijkheidsreductie-accessoires (10,2 en 7,6 vs. 4,5%). Misschien zijn jongere mensen meer geneigd te experimenteren met dit soort nieuwe producten. Schadelijkheidsreductie-accessoires worden vooral gebruikt door mensen met een hoog opleidingsniveau en uit de hoge(re) sociale klasse. Deze groep is meer bekend met de schadelijke gevolgen van roken, maakt zich vaker zorgen over zijn/haar gezondheid en gebruikt ook vaker tabaks- en nicotineproducten die worden aangeprezen als minder schadelijk, zoals tabak die wordt verhit en nicotinezakjes [5].

10.2 Omzeilen smaakjesverbod

Smaken zijn voor zowel adolescenten als volwassenen een reden om te beginnen met het gebruik van tabaks- en aanverwante producten [5]. De opkomst van smaakaccessoires past in een breder beeld, waarin fabrikanten proberen te realiseren dat een gebruiker van sigaretten of shag met een smaak na het verbod op producten met karakteriserende smaken toch een tabaksproduct met een smaak kan blijven gebruiken. Naarmate het mentholverbod naderde, begon de tabaksindustrie gebruikers niet alleen te wijzen op tabaksaccessoires, maar ook informatie te geven om over te schakelen op producten als cigarillo's, sigaren, rookloze tabaksproducten, elektronische sigaretten, nicotinezakjes en tabaksproducten die worden verhit [2, 4]. De fabrikanten benadrukten dat die producten menthol bevatten, maar wel legaal zijn, omdat het mentholverbod alleen van toepassing is op sigaretten en shag [4]. Speciale websites voor detailhandelaren en rokers, openschijnlijk opgezet om informatie te verstrekken, promoten

in feite deze producten [3, 41]. Verschillende merken brengen ook cigarillo's op de markt met capsules met mentholsmaak, en Euromonitor-gegevens wijzen op een groei van de verkoop van cigarillo's sinds de TPD werd ingevoerd [3, 62].

10.3 Aantrekkelijkheid

Alle accessoires kunnen het gebruik van tabaksproducten aantrekkelijker maken, maar we weten niet zeker of gebruikers minder zouden roken, zouden stoppen met roken of zouden overstappen op een ander soort product als er geen accessoires meer verkrijgbaar zouden zijn. We weten ook niet of er meer mensen gaan roken door de verkrijgbaarheid van accessoires. De eerder genoemde ITC-studie laat zien dat na invoering van het mentholverbod slechts 10% van de rokers stopte en 76% overstapte op niet-mentholsigaretten [56]. Het is echter wel bekend dat mentholsigaretten geassocieerd zijn met starten en stoppen met roken, wat ook implicaties heeft voor sigaretten die met een accessoire op smaak zijn gebracht.

Menthol in tabaksproducten faciliteert inhalatie van rook en maskeert de irritatie van nicotine en tabak, waardoor de rook gemakkelijker wordt getolereerd, vooral door jonge rokers [51]. Uit wetenschappelijke literatuur is bekend dat experimenteren met mentholsigaretten is geassocieerd met een toename in starten met roken, en dat mentholsigaretten veel worden gerookt door jonge rokers [66]. Daarnaast zien veel rokers het gebruik van mentholproducten als minder schadelijk, omdat de smaak milder is en de rook gemakkelijker is te inhaleren [44]. Tabaksproducten met menthol zorgen ook voor een toename van nicotine-afhankelijkheid [67, 68]. Bovendien rapporteren mentholrokers een hogere voldoening door het roken in vergelijking met niet-mentholrokers [69] en zijn ze minder succesvol in stoppen met roken [51, 66, 70].

Menthol vergemakkelijkt de inhalatie van tabaksrook al bij hoeveelheden ver onder de drempel die een tabaksproduct een kenmerkende smaak geven [71]. Artikel 7.6.d van de TPD verbiedt fabrikanten om in EU-lidstaten tabaksproducten op de markt te brengen die additieven bevatten die de inademing of de opname van nicotine vergemakkelijken.

Wanneer mentholrokers overstappen op sigaretten zonder menthol, raken ze minder verslaafd aan nicotine en worden ze succesvoller in stoppen met roken [66, 72]. Het maakt voor de blootstelling aan menthol niet uit of de menthol al is verwerkt in het tabaksproduct of er aan wordt toegevoegd door middel van een accessoire. In beide gevallen zal de rook nicotine en menthol bevatten. Daarom zijn de resultaten van studies met mentholsigaretten ook relevant voor gebruik van tabaksproducten met een accessoire dat zorgt voor menthol in de rook. Het reguleren of verbieden van accessoires die in mentholsmaak voorzien, kan dus mogelijk leiden tot minder rokers.

10.4 Schadelijkheid

Bij schadelijkheidsreductie-accessoires is de informatie of claim over het beoogde effect meestal niet specifiek. Het is niet duidelijk om welke schadelijke stoffen het gaat en hoe de fabrikant dit heeft gemeten.

Omdat dit niet bekend is, hebben wij TNCO gemeten, de enige stoffen die momenteel worden gereguleerd in sigaretten en shag. Deze stoffen zijn gemeten met het ISO-regime, het wettelijk voorgeschreven afrookregime voor het handhaven van de wettelijke TNCO-limiet voor sigaretten en shag en met het meer intense HCI-regime. Door gebruik van de schadelijkheidsreductie-accessoires bevat de rook in sommige gevallen een lagere hoeveelheid TNCO. Ook als de claim klopt, wil dit nog niet zeggen dat gebruik van het product roken minder schadelijk maakt. Een bepaald percentage reductie in schadelijke stoffen wil namelijk nog niet zeggen dat een product minder schadelijk is, laat staan dat het product precies dat specifieke percentage minder schadelijk is. Dit komt doordat de relatie tussen dosis en effect niet altijd linear is [57]. Bovendien is het mogelijk dat de gebruiker meer gaat roken omdat de smaak van de rook minder intens wordt, of omdat de nicotinebehoefte niet wordt bevredigd [58]. Echter, consumenten denken vaak wel dat gebruik van het product minder schadelijk is als de fabrikant of verkoper van een product claimt schadelijke stoffen te verminderen [59]. Uit ons vragenlijstonderzoek bleek ook dat de verwachting dat fabrikanten roken minder schadelijk maken een belangrijke reden is om deze producten te gebruiken. Zolang niet is aangetoond dat een accessoire het roken werkelijk minder schadelijk maakt, is een dergelijke expliciete of impliciete claim misleidend. Bovendien nemen deze accessoires niet alle schadelijke stoffen weg, dus roken blijft schadelijk.

Een andere zorg is dat herhaaldelijk gebruik van mondstukjes niet hygiënisch is, vanwege de combinatie van warme, vochtige rook, speeksel en niet-schoonmaken tussendoor. Mogelijk gaan er bacteriën en schimmels groeien in het mondstuk, die vervolgens zouden kunnen worden geïnhaleerd.

Tot slot is het mogelijk dat er stoffen in het filter zelf zitten die schadelijk zijn en worden geïnhaleerd, bijvoorbeeld koolstof uit koolstoffilters. Deze laatste zorg betreft ook smaakaccessoires, bijvoorbeeld inhalatie van de vloeistof die vrijkomt uit een klikballetje. Hier moeten we echter wel de kanttekening maken dat sigarettenrook van zichzelf al erg schadelijk is en leidt tot een scala aan mogelijke gezondheidsklachten die de dood tot gevolg kunnen hebben. Tenzij de toegevoegde stof een risico met zich meebrengt dat nog niet geassocieerd is met sigarettenrook, is de kans klein dat de rook nog schadelijker wordt.

10.5 Hiaten in de beschikbare kennis

Dit onderzoek heeft geresulteerd in een overzicht van de verschillende soorten en typen tabaksaccessoires, hoe ze in de markt worden gezet, wat hun aantrekkelijke eigenschappen zijn. Het geeft bovendien een eerste indicatie van de prevalentie van gebruik. Hoewel er een aantal aanwijzingen is dat tabaksaccessoires de aantrekkelijkheid van tabaksgebruik verhogen, zijn er ook nog veel aspecten niet bekend. We kunnen bijvoorbeeld nog niet de conclusie trekken dat de beschikbaarheid van tabaksaccessoires leidt tot meer tabaksgebruik.

- Om te achterhalen of een verbod op accessoires leidt tot minder starten met roken en tot meer stoppen met roken, zouden we in een focusgroep of met een verdiepende vragenlijst kunnen uitvragen wat mensen zouden doen als accessoires worden verboden. Ook is het mogelijk om in een experimentele marktomgeving te simuleren wat mensen in een dergelijk geval gaan doen [73]. Gaan ze stoppen met roken? Stappen ze over op een ander tabaksproduct met een smaak? Bovendien zou de rookprevalentie in landen met aanvullende wetgeving op het gebied van tabaksaccessoires kunnen worden vergeleken met die in vergelijkbare landen zonder aanvullend beleid.
- We hebben op dit moment geen volledige verkoopcijfers tot onze beschikking. Vaak worden voor dit doel cijfers van marktonderzoeksbureau NielsenIQ gebruikt, maar helaas had dit bureau alleen cijfers beschikbaar van grote fabrikanten en van producten die in de supermarkt worden verkocht. Hierdoor missen we de producten die door kleine marktspelers worden aangeboden of die worden geïmporteerd. Meer precieze cijfers geven een nauwkeuriger beeld over hoe vaak gebruikers van tabaksproducten een accessoire gebruiken.
- Studies onder gebruikers kunnen de kennis die we hebben opgedaan in de vragenlijst verdiepen. Te denken valt aan een focusgroep naar perceptie van de claims over het wegnemen van schadelijke stoffen. Ook zouden we in de doelgroep kunnen achterhalen welke aspecten zij van een accessoire aantrekkelijk vinden (prijs, gebruikersgemak, verkrijgbaarheid), zodat er een gerichte beleidsmaatregel kan worden genomen. Sensorische studies zouden ook inzicht kunnen bieden in de 'liking' van het gebruik van een tabaksproduct met en zonder accessoires.
- Chemisch-analytische bepaling van de stoffen in de accessoires die worden geïnhaleerd, hetzij als zodanig, hetzij hun verbrandingsproducten, biedt meer inzicht in de schadelijkheid.

10.6 Aanbevelingen voor beleid

Momenteel worden tabaksaccessoires niet veel gebruikt en het is niet bekend wat hun effect is op de rookprevalentie. Het is bovendien lastig om in te schatten of het gebruik van accessoires zal stijgen, gelijk zal blijven of zal dalen. Monitoren van het gebruik en de gebruikersgroepen, bijvoorbeeld via de Leefstijlmonitor, kan hierbij behulpzaam zijn.

Definitie van tabaksaccessoires. Voor het opstellen van wetgeving kan VWS verschillende definities formuleren, afhankelijk van het beoogde doel en de omvang van het aantal producten dat hierbinnen moet vallen, nu en in de toekomst. Verschillende EU-landen hebben elk elementen in hun (concept-)regelgeving die behulpzaam kunnen zijn.

- Denemarken en Finland noemen alleen stoffen of additieven die een karakteristieke smaak/aroma geven aan tabaksproducten of daartoe bestemd zijn. Hier vallen schadelijkheidsreductie-accessoires niet onder.
- België beschrijft dat het gaat om 'elk (technisch) element dat het mogelijk maakt de geur of de smaak van tabaksproducten te wijzigen'. Dit omvat alle smaakaccessoires, maar

schadelijkheidsreductie-accessoires vallen erbuiten. Wat 'wijziging' betekent zal gedefinieerd moeten worden.

- Litouwen noemt 'alle goederen' die bestemd zijn voor de bereiding, of het roken van, tabak(sproducten). 'Goederen' kan heel breed geïnterpreteerd worden.
- Spanje wil een nieuwe omschrijving van 'ingrediënten', die verschillende soorten accessoires zal bestrijken. De ingrediënten moeten echter worden gespecificeerd aan de hand van voorbeelden die zowel aroma's, filters, als nieuwe accessoires omvatten.

Hulpmiddelen die het toevoegen van een accessoire aan een tabaksproduct of die het gebruik van een tabaksaccessoire vergemakkelijken, zoals een doseerverpakking of een speciale prikpen om de smaakkrallen/balletjes in het filter te brengen, of een hulzenstopper of handroller waarmee je zelf sigaretten kunt maken, zouden ook meegenomen kunnen worden.

Reguleren van marketing en promotie, zowel in fysieke winkels als online, kan de bekendheid en het gebruik van tabaksaccessoires mogelijk verminderen.

Verkopers bereiken hun consumenten vooral via verkoop in tabaksspeciaalzaken en rokerswebwinkels. Naast aanwijzingen op een startpagina of snelkoppelingen in het menu van de webwinkel wordt de consument ook geattendeerd en soms zelfs voorgelicht in de tabaksspeciaalzaken over deze producten. Waarschijnlijk zal een verbod op verkoop en marketing van tabaksaccessoires voor rokerswebwinkels, tabaksspeciaalzaken, supermarkten et cetera de verkoop wel verminderen. Zolang een accessoire duidelijk op de markt wordt gezet als bedoeld voor gebruik met tabaksproducten, zou handhaving van een dergelijk verbod wel haalbaar zijn. Vooral bij smaakaccessoires bestaat het risico dat de producten wel op de markt blijven, maar dat ze niet meer expliciet als tabaksaccessoire in de markt worden gezet. In plaats daarvan zou het bijvoorbeeld als product om voorwerpen een aangename geur te geven kunnen worden aangeprezen, of als een spray voor een frisse adem. Hier dient rekening mee te worden gehouden bij het opstellen van wetgeving.

Reguleren van claims over schadelijkheidsreductie-accessoires voorkomt dat gebruikers worden misleid.

Bij de accessoires die claimen de uitstoot van schadelijke stoffen te verminderen, kan de wetgever meewegen dat de claims niet onderbouwd zijn. Bovendien weten we niet wat het effect is op de gezondheid van de roker, terwijl de roker wel denkt dat de accessoires roken minder schadelijk maken. De accessoires nemen sowieso niet alle schadelijke stoffen weg, dus roken blijft schadelijk. De wetgever kan ook overwegen dergelijke claims te verbieden.

Beperking van de verkoop tot speciaalzaken of rokerswebwinkels zou mogelijk de verkoop kunnen verminderen.

De verkrijgbaarheid van bijvoorbeeld Finitar bij grote supermarkten maakt de aanschaf laagdrempelig. Ons vragenlijstonderzoek heeft laten zien dat smaakaccessoires die in de supermarkt verkrijgbaar zijn, vaak worden verkocht.

11 Conclusie

In 2020 heeft het RIVM in opdracht van VWS een eerste inventarisatie gemaakt van het aanbod van producten die de aantrekkelijkheid van sigaretten en shag kunnen verhogen. Het ging vooral om producten die smaak kunnen toevoegen aan sigaretten en shag. Dit onderzoek is een verbreding en verdieping van het onderzoek uit 2020. Ons aanvullende onderzoek heeft geresulteerd in een overzicht van de verschillende soorten en typen tabaksaccessoires, hoe ze in de markt worden gezet en wat hun aantrekkelijke eigenschappen zijn. Bovendien hebben we gekeken naar de prevalentie van gebruik, naar gebruikersgroepen en redenen voor gebruik.

Het RIVM onderscheidt drie soorten accessoires: smaakaccessoires, schadelijkheidsreductie-accessoires en overige accessoires. Hoewel er een groot aanbod aan tabaksaccessoires verkrijgbaar is, blijkt het gebruik van accessoires niet erg hoog te zijn onder de Nederlandse rokers. Smaakaccessoires en schadelijkheidsreductie-accessoires worden meer gebruikt door jongere rokers dan door oudere rokers. De meest gebruikte smaak bij smaakaccessoires was menthol, en respondenten gaven ook vaak aan een smaakaccessoire te gebruiken als alternatief voor de mentholsigaret. Schadelijkheidsreductie-accessoires worden veelal gebruikt vanuit de verwachting dat ze roken minder schadelijk maken.

Alle accessoires hebben aantrekkelijke aspecten en kunnen de aantrekkelijkheid van het gebruik van tabaksproducten aantrekkelijker maken. We kunnen echter op basis van de huidige gegevens niet met zekerheid de conclusie trekken dat tabaksaccessoires leiden tot meer tabaksgebruik. Hoewel we vrijwel geen gegevens hebben over het gebruik door jongeren, zijn vooral smaakaccessoires naar verwachting aantrekkelijk voor hén.

Het RIVM doet een aantal aanbevelingen op het gebied van beleid. Reguleren van marketing en promotie, zowel in fysieke winkels als online, kan bekendheid en gebruik van tabaksaccessoires mogelijk verminderen. Bovendien zou beperking van de verkoop tot speciaalzaken of rokerswebwinkels mogelijk de verkoop kunnen verminderen. Als laatste zou de overheid kunnen overwegen om de claims over het weghalen van schadelijke stoffen en gezondheidsclaims op schadelijkheidsreductie-accessoires te verbieden.

12 Literatuurverwijzingen

1. European Union, *European Tobacco Products Directive (EUTPD) (2014/40/EU)* in <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:02014L0040-20150106&from=EN>, 2014.
2. European Network for Smoking Prevention. *Tobacco, Ban on menthol cigarettes: European Union member states shall prohibit the placing on the market of tobacco products with a characterising flavour*. *Tob Prev Cessat*, 2020. **6**: p. 40.
3. Hiscock, R., et al., *Tobacco industry tactics to circumvent and undermine the menthol cigarette ban in the UK*. *Tob Control*, 2020. **29**(e1): p. e138-e142.
4. Smoke Free World, *EU Menthol Cigarette Ban Survey*, in <https://www.smokefreeworld.org/eu-menthol-cigarette-ban-survey-2/>. 2020.
5. Havermans, A., et al., *Awareness, use and perceptions of cigarillos, heated tobacco products and nicotine pouches: a survey among Dutch adolescents and adults*. *Drug and Alcohol Dependence*, 2021.
6. Chaiton, M.O., et al., *The use of flavour cards and other additives after a menthol ban in Canada*. *Tob Control*, 2021. **30**(5): p. 601-602.
7. RIVM, *Inventarisatie accessoires aantrekkelijkheid tabaksproducten*. <https://www.rivm.nl/documenten/inventarisatie-accessoires-aantrekkelijkheid-tabaksproducten>, 2020.
8. Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, *Tabaksbeleid; Brief regering; Informatie over een aantal tabaksgerelateerde onderwerpen. (Kamerstuk kst-32011-80)*. 2021, Tweede Kamer der Staten-Generaal: Den Haag.
9. Staal, Y.C., et al., *New Tobacco and Tobacco-Related Products: Early Detection of Product Development, Marketing Strategies, and Consumer Interest*. *JMIR Public Health Surveill*, 2018. **4**(2): p. e55.
10. Kennedy, R., *Global landscape of novel and emerging nicotine and tobacco product marketing, promotion, and associated impacts (in preparation)*. 2020.
11. Pauwels, C.G.G.M., et al., *Nicotine products without tobacco for recreational use*. 2021, RIVM: Bilthoven, The Netherlands.
12. Staal, Y., et al., *Conceptual model for the evaluation of attractiveness, addictiveness and toxicity of tobacco and related products: The example of JUUL e-cigarettes*. *Regul Toxicol Pharmacol*, 2021: p. 105077.
13. ah.nl. *Finitar*. [cited 2021 27 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/save/https://www.ah.nl/producten/product/wi387398/finitar-filters>
14. Novusfumus.nl. *Anti Teer filters*. [cited 2021 27 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211027144821/https://www.novusfumus.nl/nl/anti-teer-filter.html>

15. Davidross.eu. *David Ross*. [cited 2021 27 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211027145717/https://www.davidross.eu/>
16. Bol.com. *Adous*. [cited 2021 27 oktober]; Available from: https://www.bol.com/nl/nl/p/adous-sigaretten-filter-stop-teer-filter-anti-teer-sigaretten-filter-vermindert-schade-van-roken/9300000019676332/?bltgh=nol-4cXtXlssJAXLSX9F-g.2_18.20.ProductTitle
17. Grasscompany.nl. *Denicotea filters*. [cited 2021 28 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/save/https://www.grasscompany.com/nl/denicotea-filters-standard-10-pcs.html>
18. Rokerswebshop.nl. *Stanwell filters*. [cited 2021 28 Oktober]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211028142913/https://www.rokerswebshop.nl/pijp-artikelen/pijpfilters-en-pijpragers/stanwell-filters-10x>
19. Mascotte.nl. *Mascotte hulzen carbon*. [cited 2021 1 november]; Available from: https://web.archive.org/web/20211101105224/https://www.mascotte.nl/nl_nl/mascotte-hulzen-carbon-200/
20. Mascotte.nl. *Mascotte Active Filters*. [cited 2021 1 november]; Available from: https://web.archive.org/save/https://www.mascotte.nl/nl_nl/mascotte-active-filters-34-pack/
21. International Organization of Standardization, *ISO 3308:2012 Routine analytical cigarette-smoking machine - Definitions and standard conditions*, T.C.I.T.T.a.t. products, Editor. 2012.
22. World Health Organization, *WHO TobLabNet Official Method SOP01: Standard operating procedure for intense smoking of cigarettes*. 2012.
23. Aromakingbenelux.nl. *Aroma King Flavour Balls*. [cited 2021 2 december]; Available from: <https://www.aromakingbenelux.nl/aroma-king-flavour-balls-watermelon-mint.html>
24. Grasscompany.com. *Frutastick Ice Mint*. [cited 2021 2 december]; Available from: <https://www.grasscompany.com/nl/frutastick-ice-mint-1-pc.html>
25. Goedkooproken.com. *Flavorby Stone Menthol steentje*. [cited 2021 2 december]; Available from: <https://www.goedkooproken.com/accessoires/flavor-card/p-1/591.html>
26. Sigarenkraam.nl. *Smoks aroma 30ml menthol*. [cited 2021 2 december]; Available from: <https://www.sigarenkraam.nl/a-46080906/smoks-aroma/smoks-aroma-30ml-menthol/#description>
27. Novusfumus.nl. *FLEVA Cards Menthol*. [cited 2021 2 december]; Available from: <https://www.novusfumus.nl/nl/fleva-cards-menthol.html#product-images-4>
28. Novusfumus.nl. *Flavour Master Menthol Drops*. [cited 2021 2 december]; Available from: <https://www.novusfumus.nl/en/menthol-drops.html#product-images-1>

29. Sigarenkraam.nl. *MCT Click hulzen*. [cited 2021 2 december]; Available from: <https://www.sigarenkraam.nl/a-43182876/hulzen-filters/mct-click-hulzen-100stuks/#description>
30. Goedkooproken.com. *Tabakssteentjes*. [cited 2021 30 november]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211130134349/https://www.goedkooproken.com/tabakssteentjes>
31. Sigaren.shop. *Mascotte hulzen gold*. [cited 2021 30 november]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211130141808/https://www.sigaren.shop/mascotte-gold-hulzen.html>
32. Fleva.nl. *Fleva flavour solutions*. [cited 2021 20 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211020132351/https://fleva.nl/>
33. Novusfumus.nl. *Aroma King - Clickballetjes voor sigaretten*. Available from: <https://web.archive.org/save/https://www.novusfumus.nl/nl/brands/aroma-king/>
34. Roken.nl. *Click balletjes*. [cited 2021 20 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/save/https://roken.nl/product/click-balletjes-100-stuks/>
35. AliExpress. *Wholesale menthol balls*. [cited 2021 20 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/save/https://nl.aliexpress.com/w/wholesale-menthol-balls.html>
36. Fruta-Stick.nl. *Maak van iedere sigaret een mentholsigaret*. [cited 2021 21 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/save/https://www.fruta-stick.nl/frutastick-bestellen/>
37. Mascotte.nl. *Mascotte products*. [cited 2021 20 oktober]; Available from: https://web.archive.org/save/https://www.mascotte.nl/nl_nl/products/
38. Novusfumus.nl. *Homepage*. [cited 2021 20 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211021131722/https://www.novusfumus.nl/en/>
39. Robrijkers.nl. *Energy filter tips menthol 100st*. [cited 2020 20 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/save/https://www.robrijkers.nl/a-60159665/vloei-en-tips-online-bestellen-kopen/energy-filter-tips-menthol-100st/>
40. Luxe-tabak.nl. *Korona promo pakket menthol slim*. [cited 2021 20 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211021132638/https://www.luxe-tabak.nl/a-45815952/hulzen/korona-promo-pakket-menthol-slim-32/>
41. Tobacco Tactics, *Menthol Cigarettes: Tobacco Industry Interests and Interference*. <https://tobaccotactics.org/wiki/menthol-cigarettes-tobacco-industry-interests-and-interference/>, 2020.

42. Luxe-tabak.nl. *Hoffmann flavour balls Menthol 100st*. [cited 2021 20 oktober]; Available from: <https://web.archive.org/save/https://www.luxe-tabak.nl/a-65962534/nieuw/hoffmann-flavour-balls-menthol-100st/>
43. Moodie, C., et al., *The Power of Product Innovation: Smokers' Perceptions of Capsule Cigarettes*. *Nicotine Tob Res*, 2018. **20**(9): p. 1157-1160.
44. Brown, J., et al., *'It has candy. You need to press on it': young adults' perceptions of flavoured cigarettes in the Philippines*. *Tob Control*, 2021. **30**(3): p. 293-298.
45. Kong, A.Y., et al., *Neighborhood Disparities in the Availability, Advertising, Promotion, and Youth Appeal of Little Cigars and Cigarillos, United States, 2015*. *Nicotine Tob Res*, 2020. **22**(12): p. 2170-2177.
46. Villanti, A.C., et al., *Flavored tobacco product use among U.S. young adults*. *Am J Prev Med*, 2013. **44**(4): p. 388-391.
47. Rostron, B.L., et al., *Prevalence and Reasons for Use of Flavored Cigars and ENDS among US Youth and Adults: Estimates from Wave 4 of the PATH Study, 2016-2017*. *Am J Health Behav*, 2020. **44**(1): p. 76-81.
48. Novusfumus.nl. *Accessoires*. [cited 2021 2 november]; Available from: <https://web.archive.org/web/20211102140758/https://www.novusfumus.nl/en/accessories/tar-filters/>
49. bol.com. *Finitar*. [cited 2021 2 november]; Available from: <https://www.bol.com/nl/nl/p/finitar-160-filters/9300000003402329/>
50. RIVM, et al., *WP9: D9.3 Report on the peer review of the enhanced reporting information on priority additives (761297-JATC-HP-JA-03-2016)*, European Union. 2020.
51. WHO Study Group on Tobacco Product Regulation (TobReg), *Advisory note: banning menthol in tobacco products*, World Health Organization. 2016.
52. Erinoso, O., et al., *Global review of tobacco product flavour policies*. *Tob Control*, 2020.
53. België, *5 februari 2016. - Koninklijk besluit betreffende het fabriceren en het in de handel brengen van [producten op basis van tabak en voor roken bestemde kruidenproducten]*.
54. Denmark, *Lov om ændring af lov om forbud mod tobaksreklame m.v., lov om tobaksvarer m.v., lov om elektroniske cigaretter m.v. og forskellige andre love*.
55. Litouwen, *Republic of lithuania law on control of tobacco, tobacco products and related products*.
56. Kyriakos, C.N., et al., *Menthol smokers' behavioural responses to the eu ban on menthol: Findings from the itc netherlands surveys*, in *ENSP Scientific Webinar 'Effects and Challenges in Enforcing Ban on Flavoured Tobacco Products' - European Network*. 2021.
57. RIVM. *Nieuwsoortige tabaksproducten die worden verhit*. 2018 [cited 2021 30 november]; Available from: https://www.rivm.nl/sites/default/files/2018-11/Publicatie_Nieuwsoortige_tabaksproducten_TG.pdf

58. Talhout, R., et al., *Cigarette Design Features: Effects on Emission Levels, User Perception, and Behavior*. *Tob Regul Sci*, 2018. **4**(1): p. 592-604.
59. Glantz, S.A., *Heated tobacco products: the example of IQOS*. *Tob Control*, 2018. **27**(Suppl 1): p. s1-s6.
60. Borland, T., et al., *Is blue the new green? Repackaging menthol cigarettes in response to a flavour ban in Ontario, Canada*. *Tob Control*, 2019. **28**(e1): p. e7-e12.
61. Schwartz, R., et al., *Tobacco industry tactics in preparing for menthol ban*. *Tob Control*, 2018. **27**(5): p. 577.
62. Bloomberg News, *Europe's Menthol Ban Has Tobacco Firms Thinking Outside the Pack*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-02-05/eu-menthol-ban-tobacco-firms-offer-alternatives-to-cigarettes>, 2020.
63. Branston, J.R., et al., *Cigarette-like cigarillo introduced to bypass taxation, standardised packaging, minimum pack sizes, and menthol ban in the UK*. *Tob Control*, 2021. **30**(6): p. 708-711.
64. Dunn, D.S., et al., *Differences in reasons for little cigar/cigarillo use across white and black/African American young adult users*. *Addict Behav*, 2021. **118**: p. 106884.
65. Denlinger-Apte, R.L., et al., *The impact of menthol flavoring in combusted tobacco on alternative product purchasing: A pilot study using the Experimental Tobacco Marketplace*. *Drug Alcohol Depend*, 2021. **218**: p. 108390.
66. Villanti, A.C., et al., *Menthol cigarettes and the public health standard: a systematic review*. *BMC Public Health*, 2017. **17**(1).
67. Bagdas, D., et al., *Impact of menthol on nicotine intake and preference in mice: Concentration, sex, and age differences*. *Neuropharmacology*, 2020. **179**: p. 108274.
68. Palmatier, M.I., et al., *Nicotine Self-Administration With Tobacco Flavor Additives in Male Rats*. *Nicotine Tob Res*, 2020. **22**(2): p. 224-231.
69. Cohn, A.M., et al., *Menthol cigarette smoking is associated with greater subjective reward, satisfaction, and 'throat hit', but not greater behavioral economic demand*. *Addict Behav*, 2020. **101**: p. 106108.
70. Cwalina, S.N., et al., *Adolescent menthol cigarette use and risk of nicotine dependence: Findings from the national Population Assessment on Tobacco and Health (PATH) study*. *Drug Alcohol Depend*, 2020. **206**: p. 107715.
71. Control, J.A.T., *WP9: D9.3 Report on the peer review of the enhanced reporting information on priority additives, in <https://jaotc.eu/wp-content/uploads/2021/04/D9.3-Report-on-the-peer-review-of-the-enhanced-reporting-information-on-priority-additives.pdf>* 2021.
72. Bold, K.W., et al., *Evaluating the effect of switching to non-menthol cigarettes among current menthol smokers: an empirical study of a potential ban of characterising menthol flavour in cigarettes*. *Tob Control*, 2020. **29**(6): p. 624-630.
73. Freitas-Lemos, R., et al., *The experimental tobacco marketplace: Effects of low-ventilated cigarette exposure*. *Addict Behav*, 2022. **125**: p. 107160.

Bijlage I Merkenlijst

Onderstaande tabellen bevatten per soort tabaksaccessoire verschillende typen accessoires van verschillende merken met hun varianten. Het maken van een actuele en accurate merkenlijst is lastig doordat de markt dynamisch is; gaandeweg het onderzoek bleek dat er wekelijks accessoire merken bij komen of niet meer verkrijgbaar zijn. De laatste update van deze merkenlijst heeft plaatsgevonden in oktober 2021.

Tabel BI.1 Merkenlijst smaakaccessoires.

Smaakaccessoires	
Merk per type	Smaakvarianten
Mondstukje	
<i>Fleva</i>	Menthol
<i>Tip time</i>	Menthol
Kralen	
<i>Aroma King</i>	Menthol, Blueberry, Lemon, Chocolate, Mango, Orange Peel, Cherry Berry, Passion Fruit, Blueberry Mint, Mix, Ice Blast, Mint, Strawberry Mint
<i>Hoffman</i>	Menthol, Black Ice Blast, Green Mint, Blueberry Mint, Cherry Mint, Lemon Mint, Watermelon Mint, Fizzy Orange, Ice Grape, Ice Apple, Summer Fresh, Sweet Ice Peach, Ice melon, Ice Strawberry, Vanilla, Passion Fruit, Spearmint, Mango, Energy Drink
<i>Roken.nl</i>	Apple, Banana, Black ice (strong mint), Blue ice (menthol), Blueberry, Bubblegum, Champagne, Cherry, Chocola, Coconut, Cola, D-Mix plus, Double mint, Fruit Boost, Grape, Ice coffee, Lemon, Lychee, Mango, Meloen Cantaloupe, Mint, Mix flavours, Mojito, Nano mix, Orange, Passion fruit, Peach, Red Bull, Red wine, Sprite, Strawberry, Tropic, Vanilla, Violet, Watermelon, Wine
Stift	
<i>FrutaStick</i>	Menthol Ice, Kersen, Aardbeien, Appel, Sinaasappel
Steentje/stick	
<i>Flavor by Stone</i>	Menthol, Mint
<i>Spearwind</i>	Mintstorm
Spray	
<i>Smoks aroma</i>	Menthol
<i>Tobacco Flavor van leafonly.com</i>	Vanilla, Irish Creme, Light Brand, Menthol, Commercial Brand, Apple, Cherry, Mango, Banana, Cranberry Cocktail, Cocoa, Rum, Sweet Pipe, White Russian, Cognac
Kaartje	
<i>Aroma King</i>	Ice Mint Lemon, Ice Mint, Menthol, Ice Cherry, Blueberry Ice, Blueberry Mint, Cherry, Cool Ice, Cool Mint, Mint, Mint Lemon
<i>Aromax+</i>	Menthol, Watermeloen, Bosbes
<i>Blum</i>	Strong menthol, Ice menthol, Candy mint, Blueberry

Smaakaccessoires	
<i>Fleva</i>	Menthol
<i>Frisco</i>	Pure Mint Menthol, Black Mint, Currant Menthol, Superfresh Menthol, Cherry, Ice Cool Menthol, Blueberry Menthol, Raspberry Menthol, Lime Menthol, Blueberry, Licorice
<i>Hipzz</i>	Ice Mint Lemon, Menthol, Ice bonbon, Blueberry lemon, Mango candy
<i>Korona</i>	Menthol
<i>Rizla</i>	Menthol Chill, Fresh Mint
<i>Swan</i>	Menthol, Fresh burst
Druppel(tube)	
<i>Flavour Masters</i>	Menthol, Appel, Grapefruit, Perzik
<i>Instahit</i>	Menthol
<i>Smoks aroma</i>	Menthol, Strong Menthol
Huls/vloeipapier	
<i>Juicy Jay's</i>	Bubble gum, Strawberry, Blueberry, Watermelon, Green apple, Strawberry kiwi, Jamaican rum, Pineapple, Mello mango, Grape, Blackberry brandy, Double Dutch chocolate, Coconut, Cotton candy, Mango, Raspberry, Very cherry, Birthday cake
Filtertoevoeging <i>in los filter</i>	
<i>Energy</i>	Menthol
<i>FlavorMe</i>	Mintstorm
<i>Korona</i>	Menthol
<i>Mascotte</i>	Menthol
<i>Swan</i>	Menthol
Filtertoevoeging <i>in filter van huls</i>	
<i>Cartel</i>	Vanille, Aardbei
<i>Dark Horse</i>	Menthol
<i>Energy</i>	Menthol
<i>Mascotte</i>	Menthol
<i>Korona</i>	Menthol
Klikfilter <i>in los filter</i>	
<i>Energy</i>	Menthol
<i>MCT</i>	Menthol
Klikfilter <i>in filter van huls</i>	
<i>Dark Horse</i>	Menthol
<i>Frutta</i>	Cherry, Strawberry, Berry/mint, Vanilla, Apple, Mint, Orange
<i>Mascotte</i>	Fresh Cliq (menthol)
<i>MCT</i>	Menthol

Tabel BI.2 Merkenlijst schadelijkheidsreductie-accessoires.

Schadelijkheidsreductie-accessoires	
Merk per type	Varianten
Mondstukje	om op filter te schuiven
<i>Adous</i>	Hard plastic
<i>Anti-teer</i>	Hard plastic
<i>David Ross</i>	Hard plastic
<i>Finitar</i>	Hard plastic, verschillende kleurtjes
<i>Raw</i>	Glas
Mondstukje	sigarettenpijpje met filter
<i>Denicotea</i>	Denicotea pijpje met vervangbare Denicotea filter
<i>Denitip</i>	Sigarettenpijpje met vaste (Denicotea) filter erin
<i>Stanwell</i>	Filter met actieve kool voor in sigarettenpijpje
Filtertoevoeging	in los filter
<i>actiTube</i>	Actieve kool
<i>Mascotte</i>	Active filter, Active slim filter
<i>Mascotte</i>	Regular, slim, extra slim acetaat filters
Filtertoevoeging	in filter van huls
<i>Korona</i>	Carbon
<i>Mascotte</i>	Carbon

Tabel BI.3 Merkenlijst accessoires met dubbele functie.

Accessoire met een dubbele functie: schadelijkheidsreductie en smaak	
Merk per type	Variant
<i>J&Moer</i>	Hardplastic mondstukje dat schadelijke stoffen wegneemt én een klikballetje bevat voor mentholsmaak

Bijlage II Gebruikerskenmerken

Om inzicht te krijgen in het gebruik van smaakaccessoires, schadelijkheidsreductie-accessoires en ventilatie-accessoires, is een vragenlijst uitgezet onder een representatieve steekproef van de rokende volwassen Nederlandse bevolking. Het gaat hierbij om personen die bij onderzoeksbureau Kantar hebben aangegeven een roker te zijn. Tabel BII.1 bevat de demografische gegevens van de deelnemers.

Tabel BII.1 Demografische gegevens deelnemersvragenlijst

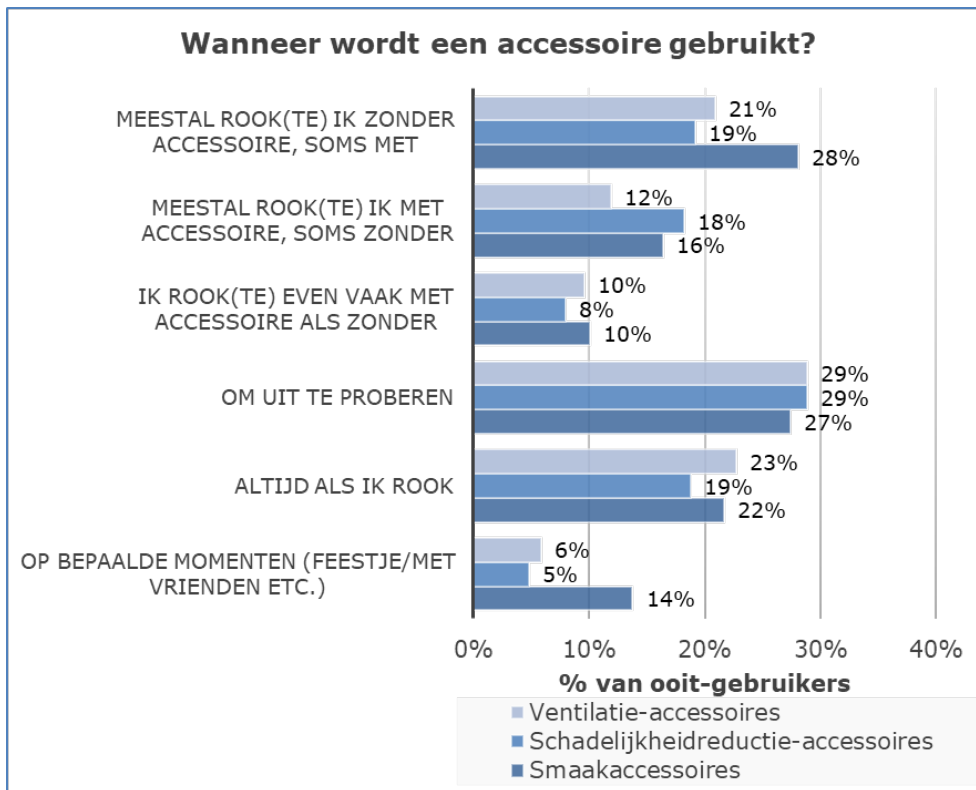
Kenmerk	n (gewogen)	n (gewogen, % van totaal)	Smaak accessoire		Schadelijkheid reductie- accessoire		Ventilatie- accessoire	
			Huidig	Ooit	Huidig	Ooit	Huidig	Ooit
Gebruik								
Totaal	3558	100,0%	9,2%	16,1%	4,5%	7,8%	5,5%	12,3%
Geslacht								
Man	2052	57,7%	8,1%	13,5%	4,6%	7,3%	5,7%	12,6%
Vrouw	1506	42,3%	10,6%	19,7%	4,3%	8,6%	5,2%	12,0%
Leeftijdsgroep								
18 - 24	59	1,7%	23,7%	32,2%	10,2%	11,9%	5,1%	13,6%
25 - 44	722	20,3%	16,5%	27,8%	7,6%	12,9%	8,7%	20,4%
45 - 64	1622	45,6%	8,1%	15,4%	4,3%	7,9%	4,8%	11,3%
65 +	1156	32,5%	5,4%	8,9%	2,6%	4,2%	4,3%	8,7%
Opleidingsniveau								
Laag	1554	43,7%	8,9%	15,6%	4,2%	7,7%	5,1%	11,3%
Gemiddeld	1274	35,8%	8,2%	15,5%	3,2%	7,1%	4,9%	12,1%
Hoog	724	20,3%	11,5%	18,4%	7,3%	9,3%	6,8%	14,8%
Weet ik niet / wil ik niet zeggen	7	0,2%	0,0%	0,0%	14,3%	14,3%	28,6%	28,6%
Sociale klasse								
A (hoog)	541	15,2%	12,9%	20,7%	7,0%	10,2%	6,5%	16,5%
B1	764	21,5%	9,6%	16,0%	5,1%	8,6%	4,6%	11,8%
B2	600	16,9%	10,0%	16,8%	4,2%	7,8%	6,5%	13,7%
C	803	22,6%	8,1%	15,4%	3,5%	7,0%	4,9%	11,7%
D (laag)	845	23,7%	7,0%	13,5%	3,7%	6,3%	5,6%	9,8%
Stedelijke dichtheid								
Zeer hoog	722	20,3%	11,4%	19,5%	6,5%	10,2%	5,7%	14,5%
Hoog	1308	36,8%	8,3%	14,6%	4,1%	7,5%	6,4%	13,5%
Gemiddeld	556	15,6%	9,9%	17,8%	4,1%	6,8%	4,0%	8,8%
Laag	699	19,6%	8,2%	14,6%	3,9%	7,6%	4,7%	12,4%
Geen	273	7,7%	9,2%	14,7%	3,3%	5,5%	5,1%	7,7%

Kenmerk	n (gewogen)	n (gewogen, % van totaal)	Schadelijkheid					
			Smaak accessoire	Smaak accessoire	Smaak accessoire	reductie- accessoire	Ventilatie- accessoire	Ventilatie- accessoire
Afkomst/herkomst								
Nederlands	3220	90,5%	8,4%	15,1%	3,8%	7,0%	5,0%	11,5%
Westers (migratie)	205	5,8%	9,8%	16,6%	5,9%	8,3%	5,9%	12,7%
Niet-westers (migratie)	102	2,9%	23,5%	36,3%	17,6%	25,5%	13,7%	28,4%
Weet ik niet/geen antwoord	31	0,9%	41,9%	58,1%	25,8%	35,5%	19,4%	41,9%
Gebruik tabaksproducten*								
Sigaretten	1906	53,6%	12,8%	22,2%	5,9%	10,2%	6,3%	15,7%
Shag	1336	37,5%	7,8%	13,8%	5,7%	8,5%	7,6%	13,6%
Zelfgemaakte sigaretten	709	19,9%	15,9%	25,1%	8,3%	13,3%	9,4%	19,2%
Cigarillo's	165	4,6%	13,3%	20,6%	4,2%	6,7%	1,8%	8,5%
Sigaren of pijp	360	10,1%	8,3%	13,1%	4,4%	5,8%	3,9%	8,9%
E-sigaret	208	5,8%	29,3%	42,3%	21,6%	26,9%	12,5%	29,8%
Verhitte tabak (IQOS)	39	1,1%	43,6%	48,7%	23,1%	35,9%	23,1%	35,9%
Pruimtabak, kauwtabak, snuiftabak, snus	10	0,3%	70,0%	80,0%	40,0%	40,0%	40,0%	70,0%
Nicotinezakjes	8	0,2%	62,5%	62,5%	50,0%	62,5%	50,0%	62,5%
Waterpijp	32	0,9%	37,5%	71,9%	18,8%	21,9%	18,8%	37,5%
Anders, namelijk...	30	0,8%	6,7%	6,7%	0,0%	6,7%	6,7%	13,3%

*Zie paragraaf 8.3

Tabel BII.2 Tabaksproductgebruik in combinatie met smaakaccessoire.

	Aantal		Percentage	
	Huidig gebruik	Ooit-gebruik	Huidig gebruik	Ooit-gebruik
<i>Sigaretten</i>	204	395	10,7	20,7
<i>Shag</i>	72	147	5,4	11,0
<i>Zelfgemaakte sigaretten</i>	99	156	14,0	22,0
<i>Cigarillo's</i>	17	25	10,2	15,4
<i>Sigaren of pijp</i>	24	37	6,8	10,2
<i>Verhitte tabak (IQOS)</i>	15	18	39,4	47,3
<i>Pruimtabak, kauwtabak, snuiftabak of snus</i>	5	7	52,5	69,9



Figuur BII.1 Momenten waarop een accessoire wordt gebruikt

Bijlage III Aantrekkelijkheid

Per type accessoire beschrijven we de aanwezige geur en/of smaak en of er varianten en verschillende merken zijn. We maken onderscheid in hoe de verpakking van het accessoire eruitziet en in het tabaksaccessoire zelf. Daarbij wordt gelet op de esthetiek, kleuren, en gebruik van plaatjes. Als laatste wordt het gebruiksgemak beschreven.

Smaakaccessoires

Kaartje

De 'smaakkaartjes' hebben een aanwezige geur zodra de verpakking van het kaartje opengaat. Het aroma wordt, zoals bedoeld, overgedragen op het tabaksproduct zodat de rook de gewenste smaak krijgt bij het consumeren. Volgens gebruikers ruik je de geur ook als je de verpakking van het tabaksproduct opendoet nadat het smaakkaartje tijd heeft gehad om het aroma over te dragen. Er zijn meerdere merken smaakkaartjes beschikbaar in verschillende webwinkels in minstens een mentholvariant, sommige merken hebben ook verschillende, vooral zoete, smaken. De smaakkaartjes zien er allemaal hetzelfde uit: wit, zonder print, rechthoekig en in de grootte van een pakje sigaretten of bankpas. Het design van de verpakkingen van de smaakkaartjes bevat drie tot vijf kleuren en wisselt tussen simpel, modern en zeer druk design met plaatjes. Het gebruik van de kaartjes is gemakkelijk; met minimale inspanning krijgen alle sigaretten in een pakje of alle tabak in een buidel of pot de gewenste smaak, al is er een wachttijd voordat het zover is.

Spray

Een smaakspray is een vloeistof die met een pompje over tabak of sigaretten kan worden gesprayd om een smaak toe te voegen. Op het moment van insprayen en elke keer daarna wanneer de verpakking met behandelde tabak wordt geopend, ruik je de geur. Er is slechts één merk spray verkrijgbaar in minder dan vijf Nederlandse rokerswebwinkels in mentholmaak welke wordt geleverd in een flacon van 250 ml. Een ander merk is verkrijgbaar via buitenlandse webwinkels, variërend in smaak van menthol tot vanille, fruitsmaken en dranksmaken (zoals rum). Dit product wordt geleverd in kleine flacons van zakformaat die simpel en functioneel ogen, met een etiket dat twee tot vier kleuren bevat. De vloeistof zelf is transparant.

Steentje/stick

Smaaksteentjes of sticks worden bijvoorbeeld aan een pakje sigaretten toegevoegd om smaak over te brengen. Het gebruik is eenvoudig: toevoegen aan het pakje sigaretten, waar het precies in past, en na een wachttijd van een aantal uren is de smaak in de sigaretten getrokken. Als na de wachttijd het pakje wordt geopend, is het aroma ook te ruiken. Er zijn in Nederland maar twee merken verkrijgbaar, welke beschikbaar zijn in minder dan vijf webwinkels. De sticks/steentjes zijn per stuk verpakt en gemakkelijk mee te nemen; nog verpakt of in een sigarettenpakje. De sticks/steentjes zijn simpel van design en neutraal van kleur (wit/crème), ook de verpakking is eenvoudig, met drie kleuren.

Huls/vloeipapier met smaak

Vloeipapier met smaak wordt gebruikt om shagjes te maken. Het vloeipapier zelf heeft al een kenmerkende geur tijdens het maken en zorgt voor een smaak tijdens het roken van het shagje. Er is slechts één merk gevonden dat wel 18 verschillende smaken heeft, dit merk is beschikbaar in minder dan vijf webwinkels. De smaak wordt gevisualiseerd in kleurrijke afbeeldingen op het vloeipapier zelf die ook zichtbaar zijn tijdens het opsteken van het shagje (een vloeitje met watermeloen smaak heeft plaatjes van een watermeloen erop staan). Ook de verpakking met vloeitjes is druk en kleurrijk. Het maken van een shagje vergt enige tijd, maar zodra het shagje is gemaakt kan het snel worden geconsumeerd.

Filtertoevoeging

Filters met smaak kunnen onderdeel zijn van een huls om een zelfgemaakte sigaret te maken of kunnen als los filter in een shagje worden gerold. In beide gevallen is het filter verantwoordelijk voor de smaak in de rook. De geur van het filter komt je tegemoet bij het openen van de doos met hulzen of het zakje met filters. Er is een aantal merken met hulzen en filters in verschillende smaken, waarbij elk merk in elk geval een mentholvariant heeft. Ze zijn in verschillende webwinkels te koop, en de grote merken (Mascotte) zijn zelfs te verkrijgen bij supermarkten. Het design en de kleurstelling van de huls of het los filter wijken niet af van een reguliere huls of filter. De verpakking (doos voor hulzen of zakje voor losse filters) bevat vaak meerdere kleuren, maar met een simpel of modern ontwerp. Het vergt enige voorbereiding voordat een zelfgemaakte sigaret of shagje klaar is, maar het in gebruik nemen gaat direct.

Klikfilter

De filters in een huls of los filter kunnen een klikballetje bevatten om smaak te geven aan de rook van de zelfgemaakte sigaret of shagje. De geur van het klikballetje wordt pas waarneembaar bij het indrukken van het balletje. Het is ook mogelijk om pas halverwege de sigaret het klikballetje te activeren, waardoor dan pas de smaak in de rook te proeven zal zijn. Er zijn verschillende merken klikfilters en -hulzen beschikbaar, in elk geval in mentholsmaak, maar ook in andere smaken, die beschikbaar zijn in verschillende webwinkels. De klikfilters en -hulzen hebben vaak een (glimmend) streepje of bolletje ter hoogte van het filter op het papier gedrukt, om daarmee aan te geven dat het een klikballetje bevat; ze zijn verder simpel maar chic in design. De verpakking (doos of zakje) verschilt qua kleurstelling per merk; er zijn enkelkleurige en simpele verpakkingen, en er zijn verpakkingen met een drukke print en veel kleuren. Het vergt enige voorbereiding voordat een zelfgemaakte sigaret of shagje klaar is, maar het in gebruik nemen gaat direct.

Stift

De stift om smaak aan sigaretten toe te voegen ziet eruit als een viltstift met dop. Er is maar één merk gevonden, met verschillende smaken die verkrijgbaar zijn in diverse webwinkels. Het gebruik van de stift is zeer eenvoudig en de sigaret is direct klaar voor gebruik na opbrengen van de smaak. De gebruiker kan de intensiteit van de smaak bepalen door de sigaret meer of minder te bewerken met de stift. De stift heeft een

basiskleur en de merknaam als opdruk. De kleur van de stift correspondeert met de smaak: de stift met mentholmaak is blauw, de stift met aardbeismaak is roze-rood. Een display met verschillende stiften oogt kleurrijk en aantrekkelijk. De stift kan gemakkelijk worden meegenomen. De verschillende stiften maken het afwisselen van smaak eenvoudig.

Kralen/balletjes

Smaakkrallen of -balletjes zijn kleine capsules waaruit een smaak vrijkomt als ze worden platgedrukt in het filter van een sigaret. Zolang de kraal intact is, kan het aroma niet worden waargenomen. Er zijn meerdere merken op de markt die verkrijgbaar zijn bij vele webwinkels. De kralen zijn verkrijgbaar in 15 tot 20 verschillende smaken, waaronder menthol, en fruit- en snoepsmaken, vaak in een verpakking die de diverse smaken bevat. Het gebruik van de kraal is eenvoudig: druk de kraal in het filter (met een satéprikker of het bijgeleverde hulpstukje), druk de kraal plat vlak voor gebruik, waarna onmiddellijk aroma vrijkomt en de sigaret direct geconsumeerd dient te worden. De kralen worden in kleine doosjes van zakformaat geleverd. De kleur van een kraal correspondeert met de smaak. De opdruk van de doosjes is kleurrijk, met fruitafbeeldingen.

Mondstukje

Mondstukjes om smaak toe te voegen bevatten een filter met mentholaroma. Het gebruik is eenvoudig: het mondstukje wordt op de sigaret gezet en de mentholmaak komt vrij bij het nemen van trekjes. Na een aantal keren gebruik neemt de smaak af en moet het mondstukje worden vervangen. Sommige mondstukjes bevatten een los smaakfilter, na veelvuldig gebruik dient alleen de smaakfilter vervangen te worden. Er zijn maar enkele mondstukjes gevonden, verkrijgbaar in minder dan vijf webwinkels. Het mondstukje zelf oogt simpel. De mondstukjes zijn in kleine doosjes of zakjes van zakformaat verkrijgbaar. De verpakking is kleurrijk waarbij de basiskleur turquoise-blauw vaak de mentholmaak suggereert.

Druppelflesje/tube

Druppelflesjes of druppeltubes bevatten vloeistof met een smaak om in het filter van de sigaret te druppelen. Alle merken zijn verkrijgbaar in de smaak menthol en een enkel merk ook in een paar fruitsmaken, in diverse webwinkels. Het druppelen van de vloeistof in het filter van een sigaret is een eenvoudige handeling waarbij de geur vrijkomt. Er wordt soms een korte wachttijd van 0-10 minuten en soms een wat langere wachttijd van 20-30 minuten geadviseerd voor gebruik. De druppelflesjes of -tubes zijn van zakformaat, bevatten een transparante vloeistof en een kleurrijk etiket, met drie tot vijf kleuren.

Schadelijkheidsreductie-accessoires

Mondstukje

Er zijn verschillende typen mondstukjes op de markt: een opzetstukje en een sigarettenpijpje, die beide claimen schadelijke stoffen weg te nemen. De opzetfilters zijn makkelijk in gebruik en hebben een simpel, vrijwel kleurloos design. Een sigarettenpijpje is verkrijgbaar in verschillende maten en kleuren en maakt meestal gebruik van een

filterkokertje waarin het filterende materiaal zit (zie hieronder: Filtertoevoeging). Er is één mondstukje verkrijgbaar in de supermarkt (Finitar), de andere zijn te vinden in enkele webwinkels. Zowel het opzetfilter als het filterpijpje is gemakkelijk mee te nemen en snel in gebruik te nemen.

Filtertoevoeging

Filters met een toevoeging kunnen onderdeel zijn van een huls om een zelfgemaakte sigaret te maken, of als los filter in een shagje worden gerold. In het geval van een los filter betreft het vaak een filterkokertje waarin een filterende substantie zit. Dit filterkokertje kan in een vloeï worden gerold, maar kan ook worden gebruikt in een sigarettenpijpje. In beide gevallen is het filter verantwoordelijk voor het mogelijk wegnemen van de schadelijke stoffen. Deze filters en -hulzen claimen meer te filteren dan dat een reguliere filter(huls) doet. Er zijn maar enkele merken op de markt, waarvan vooral het merk Mascotte goed verkrijgbaar is, zelfs bij supermarkten. Het design en de kleurstelling van de huls of de verpakking wijkt niet af van een reguliere huls of filter. Het filterkokertje heeft vaak een simpele opdruk en zit in een doosje.

Accessoires met een dubbele functie

Mondstukje met klikfilter

Er is één mondstukje gevonden in een internationale webwinkel dat claimt zowel schadelijke stoffen weg te nemen als smaak toe te voegen door middel van een klikballetje met mentholsmaak. Het mondstukje ziet er vergelijkbaar uit met de andere mondstukjes, maar heeft een aanduiding waar het klikballetje zich bevindt. Het mondstukje is gemakkelijk mee te nemen en de ingebruikname is eenvoudig en snel.

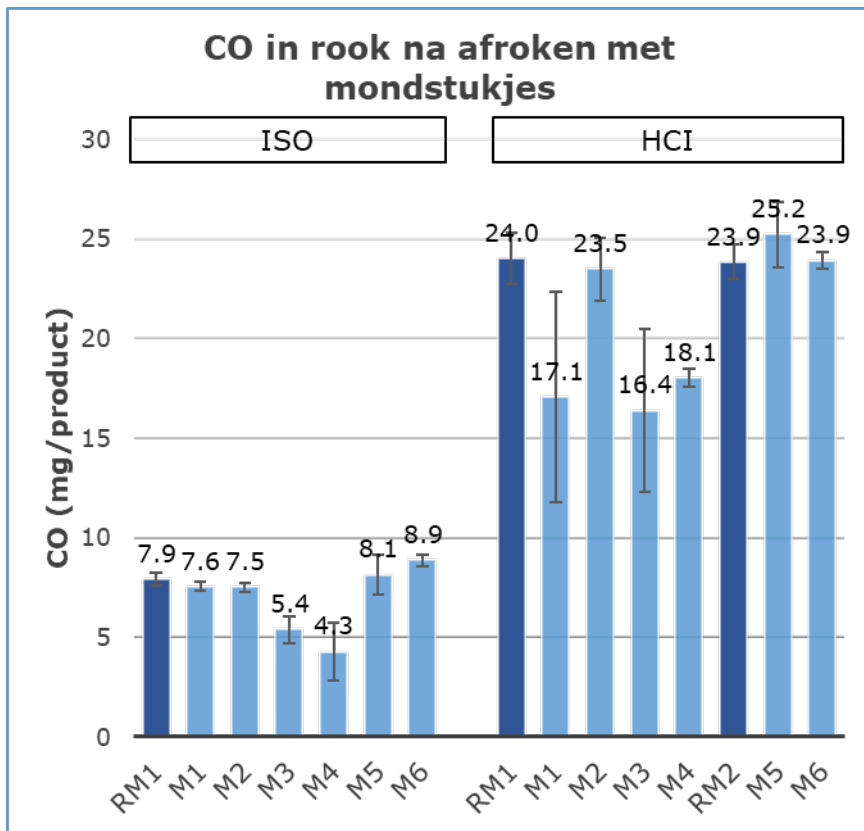
Bijlage IV Effectiviteit van accessoires om TNCO te reduceren

Om te onderzoeken of de tabaksaccessoires schadelijke stoffen wegnemen, is TNCO gemeten in de rook na het afroken van sigaretten, zelfgemaakte sigaretten of shagjes met acht verschillende schadelijkheidsreductie-accessoires (zie Tabel 2.1). De laboratoriumresultaten zijn te zien in Tabel BIV.1.

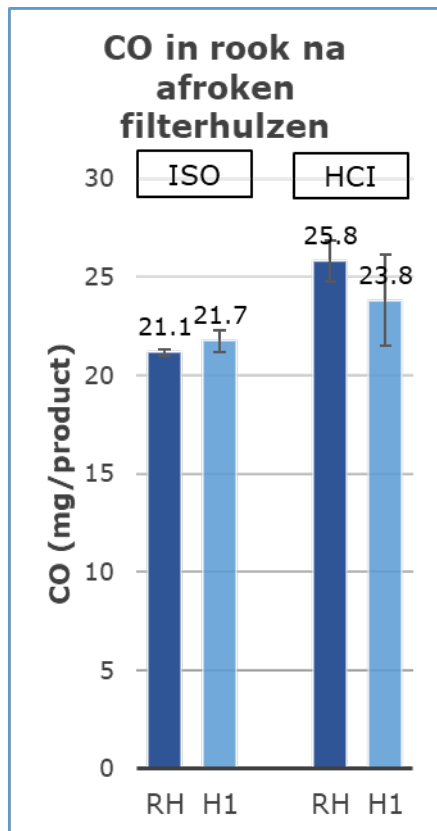
Tabel BIV.1 Hoeveelheid tabak gebruikt, aantal trekjes benodigd in afrookproces, en TNCO-emissie in rook na afroken volgens ISO of HCI

Product	Hoeveelheid tabak (mg)				Aantal trekjes				Nicotine (mg/product)						Teer (mg/product)						Koolmonoxide (mg/product)			
	ISO		HCI		ISO		HCI		ISO			HCI			ISO			HCI			ISO		HCI	
Mondstukjes	mg	VC	mg	VC	#	VC	#	VC	mg	VC	Red	mg	VC	Red	mg	VC	Red	mg	VC	Red	mg	VC	mg	VC
RM1	846	1	864	4	7	1	8	6	0,8	2		2,1	5		10,5	5		32,6	4		7,9	4	24,0	5
M1	837	1	862	4	7	7	11	12	0,5	46	35%	1,1	23	46%	6,3	47	40%	16,2	26	50%	7,6	3	17,1	31
M2	845	0	846	1	8	0	9	5	0,7	6	8%	1,4	6	32%	9,5	4	10%	24,5	8	25%	7,5	3	23,5	7
M3	847	2	869	4	8	4	11	11	0,4	44	43%	1,3	21	35%	5,9	43	44%	18,6	24	43%	5,4	12	16,4	25
M4	847	1	843	0	8	2	10	1	0,3	18	57%	0,7	16	64%	4,8	16	54%	9,6	8	71%	4,3	34	18,1	2
RM2	-	-	880	2	-	-	8	4	-	-		1,9	8	7%	-	-		26,6	7	18%	-	-	23,9	4
M5	845	0	845	1	7	5	9	3	0,7	13	12%	1,8	4	11%	8,8	52	16%	26,1	5	20%	8,1	12	25,2	7
M6	848	1	856	3	7	2	8	3	0,7	10	2%	1,8	6	12%	10,4	42	1%	26,1	1	20%	8,9	3	23,9	2
Filterhulzen																								
RH	968	1	965	2	10	4	16	8	1,3	14		2,6	2		19,3	5		32,8	3		21,1	1	25,8	4
H1	975	1	980	1	10	6	15	5	1,1	8	19%	2,0	9	23%	14,3	5	26%	24,8	12	24%	21,7	2	23,8	10
Shagjes																								
RF	611	0	613	1	6	2	9	7	1,1	1		2,4	5		12,3	4		30,1	7		12,2	7	20,3	2
F1	462	2	473	0	7	4	11	2	1,0	5	3%	2,2	7	6%	12,2	5	0%	26,1	5	13%	9,4	7	17,8	4
F2	358	4	397	3	6	9	8	3	1,5	6	- 37%	2,8	9	- 16%	17,5	5	- 43%	35,8	18	- 19%	10,9	2	16,4	18

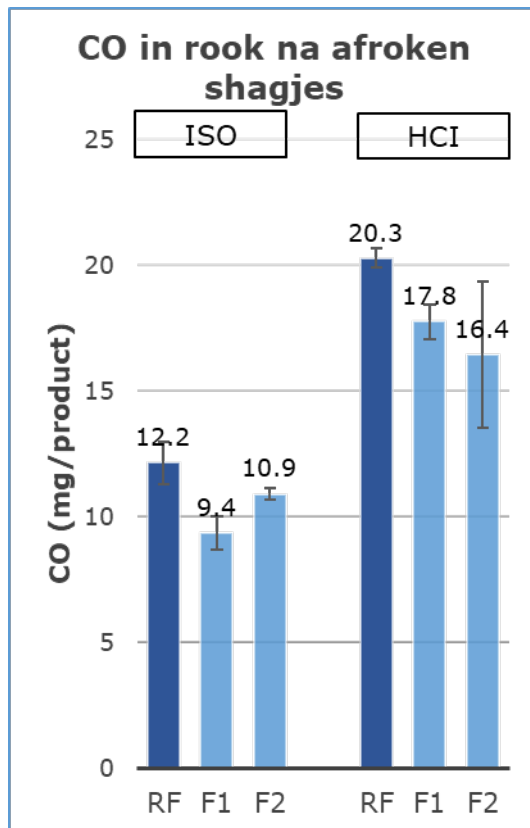
VC: variatiecoëfficiënt (%) Red: reductie (%) ten opzichte van regulier tabaksproduct



Figuur BIV.1 Gemiddelde CO in rook (mg/product) na het afroken van sigaretten met een mondstukje volgens het ISO- of HCI-protocol, met standaarddeviaties. De donkerblauwe balk geeft een sigaret zonder mondstukje aan



Figuur BIV.2 Gemiddelde CO in rook (mg/product) na het afroken van een filterhuls volgens het ISO- of HCI-protocol, met standaarddeviaties. De donkerblauwe balk geeft een reguliere filterhuls aan



Figuur BIV.3 Gemiddelde CO in rook (mg/product) na het afroken van een shagje met filter volgens het ISO- of HCI-protocol, met standaarddeviaties. De donkerblauwe balk geeft een shagje zonder filter aan

RIVM

De zorg voor morgen begint vandaag