



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



Inventarisatie: alcoholverkoop op afstand

Henri Faun

Zoetermeer, 1 september 2017

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Panteia. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Panteia. Panteia does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Aanleiding	5
1.2	Doel en onderzoeksvragen	5
1.3	Werkwijze	6
1.4	Afbakening en voorbehoud	6
2	Resultaten	7
2.1	Totaal & assortiment	7
2.2	Koppeling met winkel/horeca	9
2.3	Bestelwijze	10
2.4	Doelgroepen	11
2.5	Verspreidingsgebied	11



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

In Nederland is de verkoop van alcoholische drank geregeld in de Drank- en Horecawet (DHW). In de DHW zijn voorwaarden opgenomen onder welke voorwaarden en omstandigheden alcoholische drank verkocht mogen worden. Een belangrijk aspect hierin is bijvoorbeeld het verbod om alcoholhoudende drank te verkopen aan minderjarigen (jonger dan 18). De gemeenten zijn verantwoordelijk voor het toezicht op de naleving van de DHW.

Het decentrale toezicht op de DHW ligt voor de hand bij toezicht op fysieke horecabedrijven, slijterijen en paracommercie¹. Er moet immers ter plekke gehandhaafd worden op de naleving. De verkoop van alcohol vindt echter niet alleen op locatie plaats. Er zijn ook verkooppunten 'op afstand'. Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) verkent de mogelijkheid om de handhavingstaak voor 'verkooppunten op afstand' centraal te beleggen. Hiervoor is het van belang om een beeld te hebben van aard en omvang van 'alcoholverkooppunten op afstand'.

Een alcoholverkooppunt op afstand is gedefinieerd als:

- Verkooppunten die bestellingen van alcoholhoudende drank voor thuisgebruik op afstand aannemen en vervolgens (laten) bezorgen.
- Op afstand betekent: online (website of app) bij een bedrijf, via een postorderbedrijf, telefonisch, per email of via een bestelbon uit een krant of tijdschrift.

1.2 Doel en onderzoeksvragen

In opdracht van het ministerie van VWS heeft Panteia de actuele aard en omvang van het aantal in Nederland gevestigde (en in Nederland leverende) alcoholverkooppunten 'op afstand' geïnventariseerd.

Daartoe zijn de volgende zaken bekeken:

1. Hoeveel 'alcoholverkooppunten op afstand' zijn er in Nederland?
2. Welke kenmerken hebben de alcoholverkooppunten op afstand, met onderscheid naar:
 - Assortiment (I): verschillende typen alcoholische drank (vooringevuld, de onderzoeker kan de onderdelen van het assortiment aanvinken, of aanvinken dat het om een 'breed' assortiment gaat);
 - Assortiment (II): is alcoholische drank het enige product? Ja/nee (wel belangrijkste)/ nee (onderdeel van breed assortiment);
 - alleen op afstand of gekoppeld aan een fysieke winkel/horecabedrijf;
 - verspreidingsgebied (lokaal, landelijk);
 - wijze van bestellen (eigen webshop, via een webshop van derden², app, telefonisch, e-mail, per post, anders);
 - (expliciete) doelgroep (jongeren, ouderen, liefhebbers/kenners, anders).

¹ Een rechtspersoon niet zijnde een NV of BV met beperkte aansprakelijkheid, die zich naast activiteiten van recreatieve, sportieve, sociaal-culturele, educatieve, levensbeschouwelijke of godsdienstige aard richt op de exploitatie in eigen beheer van een horecabedrijf.

² Bijvoorbeeld: thuisbezorgd.nl, foodora.com, UberEats.com, etc.



1.3 Werkwijze

Om de alcoholverkoop op afstand in beeld te brengen, heeft Panteia een handmatige webresearch gedaan. Wij zijn daarbij op gestructureerde wijze te werk gegaan. Met gerichte zoekacties en gerichte zoektermen in Google hebben wij internetsites en andere kanalen, via welke alcoholhoudende drank wordt verkocht, in beeld gebracht. Dit is gebeurd via de volgende kanalen/zoektermen:

- Koepelorganisaties en verzamelsites, zoals thuiswinkel.org en drankwinkels.nl;
- Een lijst van supermarkten in Nederland;
- Een lijst van Nederlandse wijngaarden;
- Algemene zoektermen 'online drank kopen', 'online slijter', 'drankwinkel';
- Specifieke zoektermen voor soorten alcoholische drank (bier, speciaalbier, wijn, champagne, whisky, whiskey, gin, wodka, absint, jenever, cognac, likeur, prosecco, cava, port, bourbon, etc.) in combinatie met 'winkel' en/of 'online';
- Regionale zoekopdrachten, gericht op kleine slijters per regio³;
- De Google Playstore is gericht doorzocht op apps waarmee men alcohol kan kopen;
- Maaltijdbezorgdiensten Thuisbezorgd, UberEats en Foodora zijn via postcodes geïnventariseerd;
- In dagbladen is gekeken naar advertenties en bestelmogelijkheden.

Alle geïnventariseerde verkopers zijn, met vermelding van hun kenmerken, geregistreerd in een database.

1.4 Afbakening en voorbehoud

Bij de inventarisatie is de volgende afbakening gehanteerd:

- De inventarisatie ging uit van Nederlandse verkopers en verkopers die zich specifiek op de Nederlandse markt richten. Dit wil zeggen: websites in het Nederlands die in Nederland bezorgen.
- Wanneer een slijter wel zijn aanbod online heeft staan (bijvoorbeeld in een catalogus), maar de aankoop uitsluitend in de winkel kan worden voltooid, is deze buiten beschouwing gelaten. De daadwerkelijke aankoop vindt dan namelijk in de winkel plaats en is dus niet meer op afstand.
- Bij ondernemingen (of holdings) met meer dan één merk (en dus meer websites) zijn alle merken afzonderlijk geregistreerd. Zo zijn Albert Heijn en Gall & Gall (beide merken van Ahold) apart geregistreerd in de database.

De inventarisatie is met veel zorg en op gestructureerde wijze gebeurd. Toch kunnen wij niet garanderen dat de inventarisatie honderd procent compleet zal zijn. Dit heeft drie oorzaken: ten eerste, zijn niet alle mogelijke kanalen geïnventariseerd, omdat dit tot te veel dubbeltellingen zou leiden. Zo is wel de Google Play Store geïnventariseerd, maar niet de Appstore van Apple. Hetzelfde geldt voor enkele lokale thuisbezorgsites, die overlap met elkaar hebben (zo zijn Foodora en UberEats wel geïnventariseerd, maar Deliveroo niet). Ten tweede kunnen er in de tijd sinds het begin van de inventarisatie nieuwe verkooppunten zijn opgericht (en anderen weer gesloten). Ook bleek bij de inventarisatie via Thuisbezorgd.nl dat het aantal zichtbare horecagelegenheden gedurende de dag/week varieerde, waardoor niet alle verstrekkers in beeld konden komen.

Ondanks deze voorbehouden, zijn wij ervan overtuigd dat de inventarisatie grotendeels compleet zal zijn. Wij gaan ervan uit dat wij minimaal 80 tot 90 procent van alle drankverstrekkers op afstand in beeld hebben kunnen brengen.

³ De volgende regio's zijn daarbij geïnventariseerd: 's-Hertogenbosch, Almere, Amsterdam, Breda, Den Haag, Eindhoven, Groningen, Maastricht, Nijmegen, Rotterdam, Tilburg, Utrecht en Zoetermeer.



2 Resultaten

2.1 Totaal & assortiment

De inventarisatie leverde in totaal 4.146 verschillende aanbieders op (tabel 1 en figuur 1), waarvan ruim driekwart alleen zwak alcoholische drank verkopen, gevolgd door aanbieders met een breed assortiment (12%) en aanbieders die alleen wijn verkopen (8%).

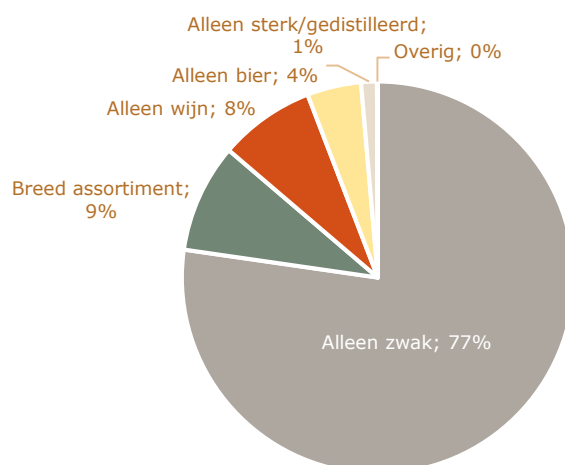
tabel 1 Alcoholverkoop op afstand naar type alcohol

<i>Assortiment</i>	<i>Aantal</i>	<i>Aandeel</i>
Alleen zwak (wijn, bier en andere alcohol <15%)	3.204	77%
Breed (zowel zwak als sterk)	372	9%
Alleen wijn	328	8%
Alleen bier	185	4%
Alleen sterk/gedistilleerd	54	1%
Overig	3	0%
Totaal	4.146	100%

Bron: Panteia, 2017

NB: door afronding komt de som van de totalen niet uit op 100%

figuur 1 Alcoholverkoop op afstand naar type alcohol



Bron: Panteia, 2017

Alcohol kan bij de verkooppunten van groter of kleiner belang zijn binnen het volledige assortiment (tabel 2 en figuur 2). Er zijn veel thuisbezorgrestaurants in de inventarisatie meegenomen (zie paragraaf 2.2), deze bezorgen primair maaltijden en daarnaast (eventueel) bier en/of wijn. Alcohol vormt dus voor deze groep slechts een klein



deel van het assortiment. Ditzelfde geldt voor supermarkten en andere detailhandel, zoals delicatessenwinkels. Bij elkaar vormen deze verstrekkers de grootste groep binnen de geïnventariseerde aanbieders.

Bij ongeveer 22 procent van de geïnventariseerde aanbieders zijn alcoholische producten de enige, of in ieder geval de belangrijkste producten⁴ in het assortiment.

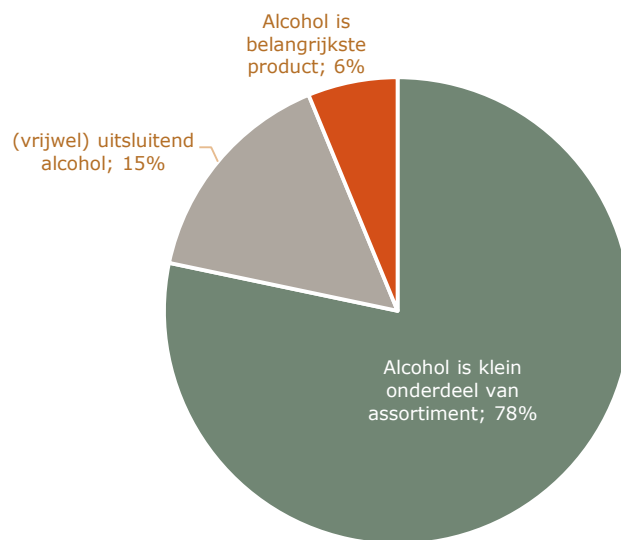
tabel 2 Positie alcohol binnen totale assortiment

<i>Positie in assortiment</i>	<i>Aantal</i>	<i>Aandeel</i>
Alcohol is klein onderdeel van assortiment	3.246	78%
(vrijwel) uitsluitend alcohol ⁵	642	15%
Alcohol is belangrijkste product	258	6%
Totaal	4.146	100%

Bron: Panteia, 2017

NB: door afronding komt de som van de delen niet uit op 100%

figuur 2 Positie alcohol binnen totale assortiment



Bron: Panteia, 2017

NB: door afronding komt de som van de vermelde percentages niet uit op 100%

Wanneer de bovenstaande twee tabellen met elkaar worden gecombineerd, ontstaat tabel 3. Hierin is te zien dat de grootste groep verstrekkers bestaat uit aanbieders van een breed assortiment, waaronder zwak alcoholische drank (74%). Dit zijn veelal thuisbezorgrestaurants, die ook bier en wijn bij het eten leveren. Een kleiner deel van de aanbieders met een breed assortiment levert zowel zwak alcoholische dranken als

⁴ De categorie 'alcohol is het belangrijkste product' heeft betrekking op aanbieders die naast alcohol nog meer producten in het assortiment hebben, maar waarbij alcohol ogenschijnlijk het belangrijkste product is. Zo bieden de zogenaamde bierkoeriers (thuisbezorgservice voor drank) een breed assortiment aan frisdranken en soms ook zoutjes of lachgas aan, maar is alcohol duidelijk het belangrijkste product.

⁵ De nuancering 'vrijwel' is aangebracht omdat slijters (gericht op verkoop van alcohol) ook vaak enkele toebehoren bij de alcohol verkopen, zoals glazen.



sterk alcoholische dranken. Dit zijn bijvoorbeeld groothandels en thuisbezorgrestaurants die ook ouzo, whisky of tequila bezorgen. Daarnaast zijn er verschillende soorten speciaalzaken met een breed assortiment aan alcohol (4%) of specifiek gericht op wijn (6%) of bier (4%).

tabel 3 Assortiment (gedetailleerd)

<i>Assortiment</i>	<i>Alcohol is klein onderdeel van assortiment</i>	<i>(vrijwel) uitsluitend alcohol</i>	<i>Alcohol is belangrijkste product</i>	<i>Totaal</i>
Alleen zwak	74%	1%	2%	77%
Breed (zowel zwak als sterk)	3%	4%	2%	9%
Alleen wijn	1%	6%	1%	8%
Alleen bier	0%	4%	1%	4%
Alleen sterk/gedistilleerd	0%	1%	0%	1%
Overig	0%	0%	0%	0%
Totaal	78%	15%	6%	100%

Bron: Panteia, 2017

NB: door afronding komt de som van de delen niet uit op 100%

2.2 Koppeling met winkel/horeca

Ongeveer 70 procent van de verstrekkers zijn een (fysieke) horecaonderneming (tabel 4). Dit wil in de meeste gevallen zeggen dat ze naast maaltijden ook bier en/of wijn thuisbezorgen (al dan niet via intermediaire sites als Thuisbezorgd, Foodora en/of UberEats). Van de geïnventariseerde thuisbezorgrestaurants bleek iets meer dan de helft (53%) naast eten ook alcohol te bezorgen. Naast de thuisbezorgrestaurants was dertien procent van de aanbieders gekoppeld aan fysieke detailhandel, zoals slijterijen, wijngaarden of delicatessenwinkels en verkocht twaalf procent alleen op afstand, zonder een fysiek afhaalpunt.

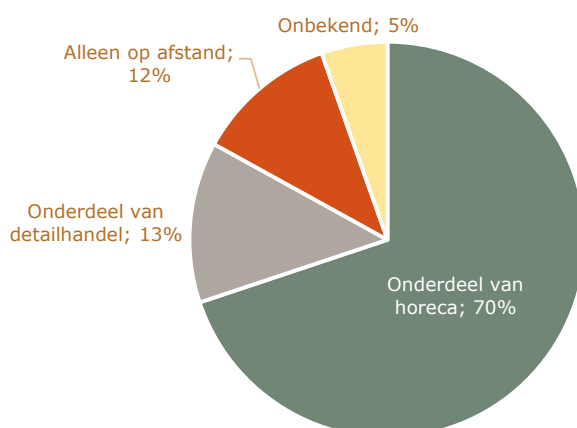
tabel 4 Onderdeel van horeca, detailhandel of alleen op afstand

	<i>Aantal</i>	<i>Aandeel</i>
Onderdeel van horeca	2.897	70%
Onderdeel van detailhandel	545	13%
Alleen op afstand	480	12%
Onbekend	224	5%
Totaal	4.146	100%

Bron: Panteia, 2017



figuur 3 Onderdeel van horeca, detailhandel of alleen op afstand



Bron: Panteia, 2017

Veelal leveren horecaondernemers alleen zwak alcoholische drank (tabel 5). Wanneer er een koppeling met detailhandel is, wordt er vaak een breed assortiment of juist alleen wijn geleverd. Het assortiment van ondernemers zonder fysieke vestiging varieert.

tabel 5 Assortiment naar koppeling met horeca/detailhandel of alleen op afstand

	Horeca	Detailhandel	Alleen op afstand	Onbekend	Totaal
Alleen zwak	69%	3%	4%	3%	77%
Breed	1%	5%	3%	1%	9%
Alleen wijn	0%	4%	3%	0%	8%
Alleen bier	0%	1%	2%	2%	4%
Alleen sterk/gedistilleerd	0%	0%	1%	0%	1%
Overig	0%	0%	0%	0%	0%
Totaal	70%	13%	12%	5%	100%

Bron: Panteia, 2017

NB: door afronding komt de som van de delen niet uit op 100%

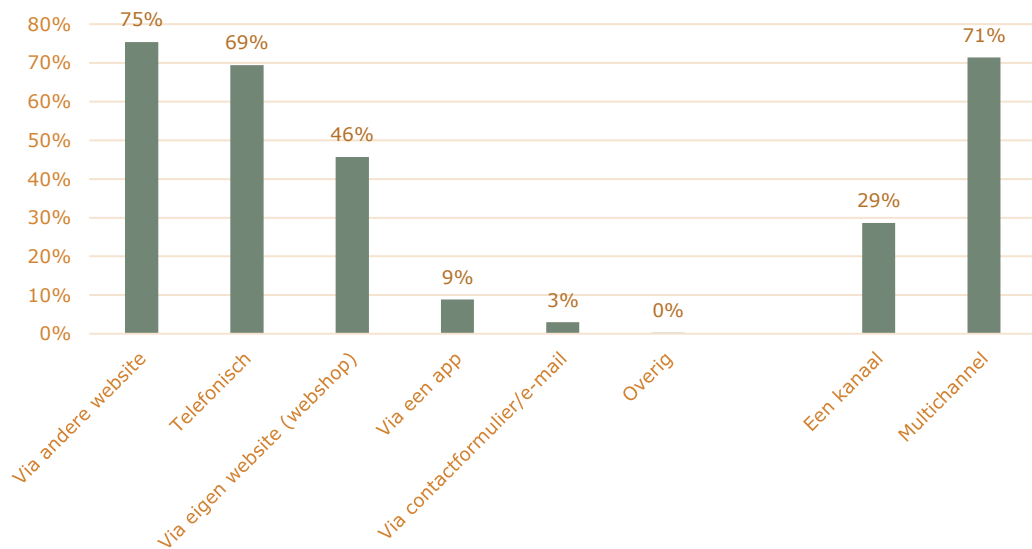
2.3 Bestelwijze

Ongeveer 71 procent van de alcoholverkooppunten op afstand hanteert een *multi-channel* strategie (figuur 4). Dit wil zeggen dat er op meerdere wijzen kan worden besteld. Vooral bij de thuisbezorgrestaurants konden veelal via een eigen website (in de vorm van een webshop), via een andere website (zoals thuisbezorgd.nl) en/of telefonisch worden besteld. De meer specialistische sites hadden een eigen webshop en bij de kleinere zelfstandigen (zoals kleine wijngaarden) kon er vaker via een contact-



formulier op de site of via e-mail worden besteld. Een aantal websites heeft (naast de eventuele andere bestelmogelijkheden) een eigen app. In enkele uitzonderingsgevallen kan er per post of middels een bericht via WhatsApp worden besteld (categorie 'overig').

figuur 4 Bestelwijze (meerdere antwoorden mogelijk = multichannel)



Bron: Panteia, 2017

2.4 Doelgroepen

Op basis van de vormgeving, de 'look and feel' van de websites, waren er niet of nauwelijks sites waarvan aan te wijzen was dat ze zich specifiek op jongeren zouden richten. Wel kan in enkele uitzonderingsgevallen een dergelijke conclusie worden getrokken op basis van het assortiment (bijvoorbeeld een 'feestwebsite' waar men ook lachgas verkoopt). Echter staan er ook op die betreffende sites geen foto's van jongeren of andere zaken waar alleen jongeren zich mee identificeren.

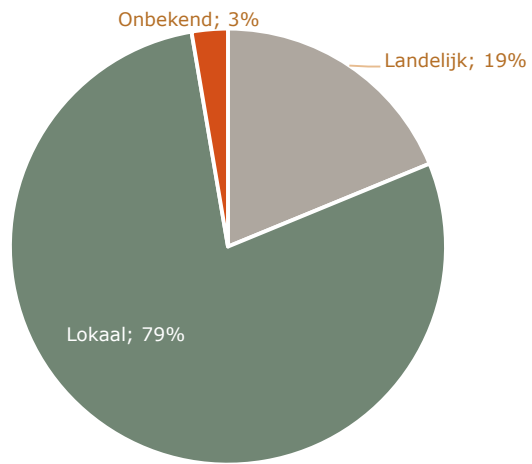
Hetzelfde geldt voor sites gericht op kenners/liefhebbers: op basis van het assortiment kan van sommige worden geconcludeerd dat zij zich specifiek op kenners richten. Het assortiment bestaat dan bijvoorbeeld uit exclusieve of duurdere (veelal gedistilleerde) drank. Het is echter niet objectief te onderbouwen dat deze sites geen breed publiek zouden dienen.

2.5 Verspreidingsgebied

De meeste alcoholverkooppunten op afstand leveren lokaal. Hieronder zijn (vrijwel) alle thuisbezorgrestaurants, bierkoeriers en lokale zelfstandige slijters/detailhandel (zoals avondwinkels). Van een deel van de kleine zelfstandigen was het niet duidelijk of zij ook verder dan het (te verwachten) verzorgingsgebied van hun fysieke winkel leveren.



figuur 5 Verspreidingsgebied alcoholverkoop op afstand



Bron: Panteia, 2017

