

Biociden achter de toonbank?

Een onderzoek naar consequenties van en opvattingen over een mogelijke verplichting tot verkoop van biociden van achter de toonbank

Colofon

Auteurs

Dr. Kees Le Blansch (Bureau KLB)

Dr. Jaco Westra (Bureau KLB)

Dr. Hildo Krop (IVAM)

Drs. Ckees van Oijen (IVAM)

Bureau KLB

Postbus 137

2501 CC Den Haag

Telefoon: +31 (0)70 302 58 30

Fax: +31 (0)70 302 58 39

E-mail: info@bureauklb.nl

Internet: www.bureauklb.nl

Datum: 9 december 2013

Copyright Bureau KLB

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Inhoudsopgave

Samenvatting	5
Executive summary	9
1. Het onderzoek ‘Biociden achter de toonbank?’	13
1.1 Achtergrond van het onderzoek	13
1.2 Doel van het onderzoek	13
1.3 Gehanteerde opzet en uitvoering	14
1.4 Opbouw van de rapportage	16
2. Algemene bevindingen	17
2.1 Inleiding	17
2.2 De consumentenmarkt voor biociden	17
2.3 Draagvlak belangengroepen	18
2.4 Probleemstelling, urgentie en perspectief	19
2.5 Juridische aspecten	20
2.6 De rol van het Ctgb	20
2.7 Vervanging als gevolg van ‘achter de toonbank’-verplichting?	21
2.8 Biociden via internet	22
2.9 (Risico-) groepen biociden?	22
3. Sectorspecifieke bevindingen	25
3.1 Inleiding	25
3.2 Drogisterijen	25
3.3 Doe-het-zelf winkels	27
3.4 Tuincentra	28
3.5 Dierenspeciaalzaken	30
3.6 Speciaalzaken buitenleven	30
3.7 Watersportwinkels	31
3.8 Levensmiddelenwinkels	33
3.9 Volkstuinwinkels	34
3.10 Overzicht over de verschillende sectoren	35
4. De internationale context	37
4.1 Biociden achter de toonbank in het buitenland?	37
4.2 Denemarken	37
4.3 Duitsland	39
4.4 België	39
5. Conclusies	41
Bijlage 1: Geraadpleegde bronnen	43
Bijlage 2: Workshopverslag	45

Biociden achter de toonbank?

Samenvatting

Het onderzoek

Tijdens de Kamerbehandeling van de Wijziging van de Wet Gewasbeschermingsmiddelen en Biociden van 5 juni 2013 zegde de Staatssecretaris van IenM toe te zullen bezien of biociden in Nederland, net als in Denemarken, achter de toonbank kunnen worden verkocht. Dit naar aanleiding van de aangehouden motie van Kamerlid Ouwehand (TK 33 490, nr. 10), waarin om een dergelijke verplichting werd gevraagd. In vervolg hierop heeft het ministerie van IenM ons, Bureau KLB en IVAM CR, opdracht gegeven de mogelijke consequenties van, en opvattingen over een dergelijke verplichting in kaart te brengen. Dit rapport beschrijft de resultaten van ons onderzoek. In deze samenvatting geven wij deze resultaten op hoofdlijnen weer.

De uitvoering van het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd in vier stappen, te weten:

1. Gesprekken met mensen met enig overzicht over de verkoop van biociden aan consumenten (negen belangenorganisaties van detaillisten, twee consumentenorganisaties, twee milieuorganisaties en zeven producenten en leveranciers van biociden);
2. Case studies naar de consequenties van een 'achter de toonbank'-verplichting bij vijftien detaillisten in specifieke deelsectoren (en op een beurs);
3. Een internationale inventarisatie van ervaringen met verkoop van biociden van achter de toonbank, met – gezien de toezegging – enige nadruk op Denemarken; en
4. Analyse van de bevindingen en een workshop met belanghebbenden voor een check op de gepresenteerde feiten en opvattingen.

Bij het onderzoek is uitgegaan van het scenario waarbij biociden niet vrijelijk via het schap maar alleen door tussenkomst van een winkelmedewerker verkocht worden, en gewasbeschermingsmiddelen per 2015 niet meer zijn toegestaan voor particulier gebruik.¹

Algemene bevindingen

Uit het onderzoek zijn om te beginnen enige algemene, sectoronafhankelijke bevindingen naar voren gekomen. Kort samengevat luiden deze als volgt.

Beperkt draagvlak

De meeste belangengroepen van de kant van het bedrijfsleven, zowel detaillisten als producenten en leveranciers, reageren negatief. Ook de grootste consumentenorganisatie reageert licht afwijzend. De geraadpleegde milieuorganisaties en een kleinere consumentenorganisatie staan positief tegenover de voorgestelde maatregel.

Van de kant van het bedrijfsleven wordt aangegeven dat men een onderbouwing mist van de noodzaak tot aanvullende veiligheidsmaatregelen voor biociden vis-à-vis andere huishoudchemicaliën. Daarnaast is een algemene reactie dat een 'achter de toonbank'-

¹ Conform het beleidsvoornemen van de Staatssecretaris IenM zoals kenbaar gemaakt in de brief over gewasbescherming buiten de landbouw aan de Tweede Kamer d.d. 3 september 2013.

verplichting als voorportaal voor een algemeen verbod (zoals gesuggereerd in de motie Ouwehand) niet motiveert tot het doen van investeringen.

Wat de grootste consumentenorganisatie betreft, riekt een verplichting tot verkoop achter de toonbank iets teveel naar intransparantie. Men is voorstander van optimale voorlichting aan consumenten en heeft bij biociden geen aanleiding om te stellen dat die op dit ogenblik tekortschiet.

Bij de geraadpleegde milieuorganisaties is wel sprake van een gevoel van urgentie. Men stelt dat de meeste biociden niet specifiek zijn ontworpen voor gebruik door niet-professionals, zodat er veel reden is voor een 'achter de toonbank'-verplichting en een aangescherpt voorzorgprincipe bij consumentengebruik.

Geen juridische beletsels

Er lijken geen juridische beletsels te zijn voor het invoeren van een 'achter de toonbank'-verplichting. De huidige Wet Gewasbescherming en Biociden biedt in artikel 75 de expliciete mogelijkheid om bij AMvB nadere regels te stellen voor de wijze van afleveren van biociden. In juridische zin vormt dit geen handelsbelemmering.

Van de kant van het bedrijfsleven wordt gewezen op de bijna-onmogelijkheid van handhaving van een dergelijke verplichting wanneer wordt gekozen voor een nationale in plaats van een Europese benadering.

De rol van het Ctgb

Alle betrokkenen wijzen op de rol van het College voor de toelating van gewasbeschermingsmiddelen en biociden (Ctgb) als primaire beoordelaar van de aanvaardbaarheid van risico's van toepassing door consumenten. Als het nodig mocht zijn onaanvaardbare risico's te adresseren, dan ziet men de weg via het Ctgb als de aangewezen route. De milieubeweging meent dat het Ctgb een scherper voorzorgbeginsel zou moeten hanteren. Het bedrijfsleven meent dat een 'achter de toonbank'-verplichting náást een Ctgb-beoordeling dubbelop is, en uiteindelijk de positie en de rol van het Ctgb ondergraaft.

Het gebruik van biociden als probleemoplosser

Biociden vervullen veelal een nuttige functie als probleemoplosser. Mensen wenden zich tot biociden bij hinderlijke of milieuhygiënische problemen (ongedierte, besmettingsgevaar, aangroei op schepen, schimmel in badkamers). In dat opzicht kan van het gebruik ervan een positief milieu- en/of gezondheidseffect uitgaan. Met name het bedrijfsleven wijst erop dat, vanwege het probleemgestuurde gebruik ervan, verminderde beschikbaarheid of toegankelijkheid van biociden (als direct of indirect effect van een 'achter-de-toonbank'-verplichting) mensen kan brengen tot gebruik van alternatieve middelen als 'huis-tuin-en-keuken'-chemicaliën, of tot aanschaf via andere kanalen (buitenland, internet, 'onder de toonbank'). Dit kan risico's met zich meebrengen die groter zijn dan die van toepassing van in Nederland voor consumentengebruik toegelaten biociden. De milieuorganisaties menen dat meer aandacht nodig is voor minder schadelijke, niet-chemische (bijv. mechanische) alternatieven, maar verwachten in dat opzicht niet veel van een 'achter-de-toonbank'-verplichting. Overigens zou dit wel een indirect effect kunnen zijn.

Biociden via internet

Via internet is laagdrempelig en bijna onbeperkt de hand te leggen op biocide producten, ongeacht of deze in Nederland wel of niet zijn toegelaten. Regulering, en vooral handhaving van onwenselijke internethandel is moeilijk. Bedrijven wijzen erop dat, als gevolg hiervan,

regulering over de band van de fysieke verkoop door de detailhandel gedoemd is ineffectief te blijven, terwijl dit wel ten koste gaat van de positie van de detailhandel.

(Risico-) groepen biociden?

Nagegaan is of zinnig onderscheid kan worden gemaakt tussen meer risicovolle biociden die achter de toonbank moeten worden verkocht en minder risicovolle waarvoor dit niet hoeft te gelden. Zo'n onderscheid blijkt in de Nederlandse situatie moeilijk te maken te zijn. Het Ctgb laat alleen biociden voor consumenten toe die zonder persoonlijke beschermingsmiddelen met aanvaardbare risico's te gebruiken zijn. Daarmee is de risicobandbreedte van voor consumenten toegelaten biociden beperkt. Ook is bij biociden nauwelijks sprake van verkoop in concentraatvorm (in welk geval sprake zou kunnen zijn van overdoseringrisico).

Sectorspecifieke bevindingen

Per sector resp. handelskanaal zijn de eventuele gevolgen bezien van een 'achter de toonbank'-verplichting in termen van te verwachten meerkosten, veranderingen in assortiment en omzet, milieu- en gezondheidseffecten en draagvlak voor de maatregel. De onderstaande tabel geeft de bevindingen samengevat weer.

Tabel 1. Gevolgen 'achter de toonbank'-verplichting bij verschillende sectoren detailhandel

	Kosten herinrichting	Kosten opleiding	Δ assortiment	Δ omzet	Milieu / gezondheidseffect	Draagvlak maatregel
Drogisterijen	+ ¹	+	0/- ¹	- ¹	0/- ¹	- ¹
Doe-het-zelf winkels	++	+	--	--	0/-	--
Tuincentra	++	+	-- ²	- ²	0/- ²	- ²
Dierenspeciaalzaken	0	0	0	0	+	+
Speciaalzaken buitenleven	++	+	-	--	0/-	--
Watersportwinkels	++	0	0	-	0/-	--
Levensmiddelenwinkels	++	++	0	-	0/-	--
Volkstuinwinkels	0	0	-- ³	-	+	+ ³

¹ Verschillen in draagvlak en inschatting effecten bij automatische kassacheck in plaats van 'achter de toonbank'-verplichting (van positief tot irritatie bij de klant)

² Meer draagvlak en positiever ingeschatte effecten als gewasbeschermingsmiddelen voor particulieren niet verboden zouden worden

³ Verwachting is dat biociden – met instemming – helemaal uit het assortiment verdwijnen

In de workshop is vastgesteld dat de onderzochte sectoren en handelskanalen, in combinatie met de eerder gehouden contextinterviews, een dekkend beeld geven van de gevolgen van en opvattingen over een 'achter de toonbank'-verplichting en dat Tabel 1 deze correct weerspiegelt.

Zichtbaar is dat bijna over de volle breedte kosten voor herinrichting en opleiding moeten worden gemaakt. Het gaat hier om bedragen variërend van enkele duizenden tot ruim een ton Euro per winkel. In meerdere sectoren wordt een uitdunning van het assortiment en een negatief omzeteffect verwacht; zowel qua biociden als qua meeverkochte artikelen. Het milieu- en gezondheidseffect wordt over het algemeen, vanwege verwacht gebruik van andere middelen en/of aanschaf via andere kanalen, als negatief ingeschat.

Er is weinig draagvlak bij de bedrijven voor een 'achter de toonbank'-verplichting. Alleen dierenspeciaalzaken staan positief tegenover de maatregel (naast volkstuinwinkels, die biociden zelf al uit het assortiment verwijderden). Daarnaast is een aantal tuincentra geïnteresseerd om

een verdergaande adviesrol te vervullen voor verantwoorde oplossingen voor plantenziekten, onkruid, plaagdieren en dergelijke. Deze geven evenwel aan dat, bij een verbod op verkoop van gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren, de omzet en opbrengst van alleen biociden te laag is om investeringen in de benodigde winkelaanpassing voor verkoop van achter de toonbank te rechtvaardigen.

De internationale context

Er is een internationale inventarisatie uitgevoerd van ervaringen met verkoop van biociden van achter de toonbank. Gebleken is dat nergens in Europa (of daarbuiten) sprake is van een verplichting tot verkoop van biociden van achter de toonbank.

Wel geldt in een aantal landen een dergelijke verplichting bij de verkoop van gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren. Tevens zijn daar opleidingseisen voor het verkopend personeel aan verbonden. In Duitsland is zo'n systeem al vijftientig jaar van kracht. In Denemarken wordt een soortgelijk systeem momenteel ingevoerd. Sinds zomer 2013 is daarvoor algemene wetgeving van kracht; specifieke uitvoeringsmaatregelen worden begin 2014 gepubliceerd en per 2015 van kracht. In België gold tot voor kort een verplichting om een bepaalde categorie gewasbeschermingsmiddelen achter slot en grendel te houden; deze is recentelijk afgeschaft bij het van kracht worden van een nieuwe indeling van producten voor de professionele en consumentenmarkt.

Als redenen waarom deze verplichtingen in deze landen wèl voor gewasbeschermingsmiddelen gelden en niet voor biociden, worden genoemd: de aanpak van biociden heeft minder prioriteit dan die van gewasbeschermingsmiddelen, de markt en het gebruik van biociden zijn meer divers en complex en er is minder inzicht in verkoop en gebruik ervan.

Conclusies

Al met al is het beeld als volgt.

- Een verplichting tot verkoop van biociden van achter de toonbank lijkt overwegend averechts uit te pakken qua gezondheids- en milieueffect. De negatieve gecombineerde impact van inkrimping van assortimenten en verschuivingen naar schadelijker alternatieven en naar internet lijken te gaan overheersen.
- De verplichting brengt voor de meeste bedrijven aanzienlijke investeringen en kosten met zich mee. Voor een deel van de bedrijven is dit (naast 'formule'-problematiek) aanleiding het biocidenassortiment uit te dunnen.
- Er is bij een groot deel van het bedrijfsleven en bij de grootste consumentenorganisatie nauwelijks draagvlak voor een 'achter de toonbank'-verplichting. Bij de milieubeweging is dat draagvlak er wel.
- Bij het onderzoek is een aantal aanknopingspunten gesignaleerd voor bevordering van (nog) zorgvuldiger gebruik van biociden. Zo zien meerdere sectoren en bedrijven uiteenlopende mogelijkheden voor voorlichting aan en advisering van de consument (algemene voorlichting, kassacheck of toonbankadvisering).

Biocides behind the counter?

Executive summary

The research project

During the Parliamentary discussion of the Amendment of the Law on Pesticides and Biocides of 5 June 2013 the Dutch State Secretary for Infrastructure and Environment pledged to investigate the possibility to have biocides sold from behind the counter in Dutch retail companies, just like in Denmark. The State Secretary was asked to implement such an obligation in an adjourned motion of Member of Parliament Ouwehand. Following on this the Ministry for Infrastructure and Environment commissioned us, Bureau KLB en IVAM CR, to explore the possible effects of, and stakeholders' opinions on such an obligation. This report describes the results of this research. In this executive summary we highlight the main findings.

The execution of the research

The research project has been carried out in four steps.

1. Consultation of parties with an overview over sales of biocides to consumers (i.e. nine retail associations, two consumer organisations, two environmental organisations and seven producers and suppliers of biocides)
2. Case studies of the effects of a 'behind the counter'-obligation in fifteen retail organisations in specific sectors (and on an annual fair)
3. An international inventory of experiences with sales of biocides from behind the counter, with some emphasis – given the State Secretary's pledge – on Denmark.
4. Analysis of the findings and a workshop with stakeholders in order to check the presented facts and opinions.

In the research project a scenario has been explored in which biocides are not freely available but can only be purchased through intervention of a knowledgeable shop assistant, and in which plant protection products are no longer allowed for private use per 2015.²

General findings

To start, the research has delivered some general, sector-nonspecific findings. Briefly summarized, they are the following.

Little support

Most of the associations from the side of industry, retail as well as producers and suppliers, react negatively. The same holds true for the largest Dutch consumer organisation. The environmental organisations and the smaller consumer organisation that have been consulted, react positively to the proposed measure.

Industry indicates that it hasn't been shown a proper underpinning of the necessity of additional safety measures for biocides vis-à-vis other home chemicals. Besides that, a general industry

² In accordance with the policy resolution of the State Secretary for Infrastructure and Environment as published in the letter on pesticide use outside of agriculture to the Second Chamber of Dutch Parliament dated 3 September 2013.

reaction is that a 'behind the counter' obligation as a precursor to an overall ban on biocides (as suggested in the Ouwehand motion) does not motivate new investments in shop requirements. For the Dutch largest consumer organisation a 'behind the counter'-obligation smells too much like intransparency. It favours optimal information transfer to consumers and has no reason to assume that at present this is not the case for biocides.

The environmental organisations that have been consulted do have a sense of urgency regarding biocides. According to them most biocides are not specifically designed for non-professional use. Therefore they feel there is good reason for a 'behind the counter' obligation as well as for a more severe precautionary approach where biocides for the consumer market are concerned.

No legal obstacles

There appear to be no legal obstacles for introducing a 'behind the counter' obligation. The present Law on Plant Protection Products and Biocides offers the explicit possibility in article 75 to provide specific rules for the way biocides are delivered. In legal terms this is no trade barrier. Industry stipulates the near-impossibility of effective enforcement of such a measure in case a national approach is adopted instead of a European one.

The role of the Ctgb

All parties point at the role of the Dutch Board for the admission of plant protection products and biocides (Ctgb) as the prime responsible party for assessing the acceptability of risks of applying biocides by consumers. Whenever unacceptable risks need to be addressed, this should happen along Ctgb lines. The environmental organisations feel the Ctgb should apply a more stringent precautionary approach. Industry feels a 'behind the counter' obligation besides Ctgb assessments is superfluous, and will ultimately undermine the position and role of the Ctgb.

The use of biocides as problem-solver

In general biocides fulfil a useful role as problem solver. People turn to biocides when they are bothered by troublesome or hygiene problems with weeds, vermin or danger of contagion. In that respect the use of biocides can have positive environmental or health effects. Industry points out that because of this problem-driven use, a reduced availability or accessibility of biocides (as a direct or indirect effect of a 'behind the counter'-obligation) can bring people to start using alternative substances like home chemicals, or to purchase biocides through other channels (abroad, over the internet, 'under the counter'). This may entail greater risks than those that follow from the use of biocides that are allowed for consumer use on the Dutch market.

The environmental organisations think the availability of less harmful, non-chemical (e.g. mechanical) alternatives should be emphasised more. They do not expect a 'behind the counter'-obligation will bring this about. However, this might be an indirect effect.

Biocides over the internet

Over the internet biocides can be obtained without much effort and practically without limits, regardless of whether they're allowed on the Dutch market or not. It is hard to regulate undesirable trading on the internet, and even more so to enforce such regulations. Industry stresses that as a consequence of this, regulation that only addresses the physical sales in retail stores is doomed to remain ineffective, and is at the same time damaging the market position of these retail stores.

(Risk) groups of biocides?

It has been explored whether a useful distinction can be made between 'higher risk' biocides that are to be sold from behind the counter and 'low risk' biocides for which this is not the case. It appears in the Dutch situation this distinction is hard to make. The Ctgb only approves products for consumer use that can be used with acceptable risks without personal protection methods. This limits the range of risks of these biocides considerably. Also, biocides are hardly or not at all found on the consumer market as concentrates (in which case dosage risks might occur).

Sector specific findings

Per sector, respectively trade channel, possible consequences of a 'behind the counter'-obligation have been explored in terms of expected added costs, changes in assortment and turnover, environmental and health effects and support of the measure. The table below summarizes the findings.

Table 2. Consequences of 'behind the counter'-obligation in different retail sectors

	Costs of refurbishing	Education costs	Δ assortment	Δ turnover	Environmental / health effects	Support for measure
Drugstores	+ ¹	+	0/- ¹	- ¹	0/- ¹	- ¹
Do-it-yourself stores	++	+	--	--	0/-	--
Garden centres	++	+	-- ²	- ²	0/- ²	- ²
Pet stores	0	0	0	0	+	+
Specialty stores country life	++	+	-	--	0/-	--
Water sport stores	++	0	0	-	0/-	--
Grocery stores	++	++	0	-	0/-	--
Vegetable garden stores	0	0	-- ³	-	+	+ ³

¹ Different support and estimated effects in case of automatic cash register check instead of 'behind the counter'-obligation (ranging from positive to customer irritation)

² More support and more positive estimated effects in case plant protection products would not be banned

³ Biocides are expected (with sector acceptance) to be removed from the assortment entirely.

In the workshop it has been established that the sectors, trade channels and context interviews that have been included in the research project, together provide a comprehensive overview over the consequences of, and opinions on a 'behind the counter'-obligation (and that Tabel 2 reflects this correctly).

Table 2 demonstrates that almost all sectors need to make costs for refurbishing and education. These costs range from several thousands to over hundred thousand Euros per store. In several sectors a reduction of assortment and a negative turnover effect are expected, both for biocides and for other articles that are sold along. The environmental and health effects are expected to be negative, as a consequence of a shift towards other substances and/or other trade channels.

There is little support among the companies for a 'behind the counter'-obligation. Only pet stores have a positive attitude toward the measure (besides vegetable garden stores, which are already removing biocides from their assortment themselves). Garden centres are interested in playing a more extensive advisory role in solving problems with plant disease, weeds, vermin et cetera. They indicate, however, that with a ban on the sales of plant protection products to consumers, the turnover and profit of biocides alone do not justify investments in store refurbishing for 'behind the counter'-sales.

The international context

An international exploration was carried out to register experiences with the sale of biocides from behind the counter. It turned out that nowhere in Europe (or elsewhere) an obligation to sell biocides from behind the counter is operative.

In a number of countries an obligation exists to only sell plant protection products to consumers from behind the counter. The shop assistants involved must meet set education requirements. In Germany such a system exists already for over twenty-five years. In Denmark a similar system is being introduced at present. A general law has been passed in the summer of 2013. Specific regulations will come into effect at the beginning of 2014. Until shortly, in Belgium specific categories of plant protection products were to be kept in a locked cabinet. This obligation has been abandoned with the enactment of a new categorisation of plant protection products for professional and non-professional user markets.

The reasons given in these countries for having 'behind the counter'-obligations in place for plant protection products and not for biocides, are: biocides are less a priority than plant protection products, the markets and uses of biocides are more diverse and complex, and less is known about their sales and use.

Conclusions

The overview thus obtained, can be summarized as follows.

- An obligation to only sell biocides to non-professional users from behind the counter appears to have predominantly counterproductive effects for health and environment. The negative combined impact of reduced store assortments and shifts toward more harmful alternatives and to the internet seems to have the upper hand.
- For most companies the obligation incurs considerable investments and costs. These costs (and in some cases also incompatibilities with the shop formula) will bring some companies to reduce their biocide assortment.
- In large parts of industry and in the largest consumer organisation there is little or no support for a 'behind the counter'-obligation. The environmental organisations do support the measure.
- During the research project a number of leads have been encountered for the promotion of (still) more careful use of biocides. In several sectors diverse options have been mentioned for further information and advice of consumers (general information, automatic cash register check, 'over the counter' advice).

Bureau KLB / IVAM CR

Den Haag/Amsterdam, 6 December 2013

1. Het onderzoek ‘Biociden achter de toonbank?’

1.1 Achtergrond van het onderzoek

Tijdens de Kamerbehandeling van de Wijzing van de Wet Gewasbeschermingsmiddelen en Biociden d.d. 5 juni 2013 zegde de Staatssecretaris van IenM toe grondig te zullen bezien of Biociden in Nederland, net als in Denemarken, achter de toonbank kunnen worden verkocht. Dit naar aanleiding van de aangehouden motie van Kamerlid Ouwehand (TK 33 490, nr. 10), waarin om een dergelijke verplichting werd gevraagd. De volledige tekst van de motie luidt zoals hieronder weergegeven.

Motie van het lid Ouwehand, voorgesteld 5 juni 2013 (33 490, nr. 10)

*“De Kamer,
gehoord de beraadslaging,
constaterende dat in Denemarken de verkoop van bestrijdingsmiddelen en biociden aan particulieren alleen vanachter de toonbank is toegestaan, waarbij deze middelen in gesloten kasten zijn opgeborgen;
constaterende dat verkopers van bestrijdingsmiddelen en biociden hierdoor zowel de plicht als de mogelijkheid hebben om consumenten voor te lichten over de risico’s van het gebruik van dergelijke middelen en de voorschriften die zij in acht moeten nemen bij de opslag en het gebruik ervan;
overwegende dat het toepassen van deze regels een goede tussenstap kan zijn naar het uitbannen van het gebruik van giftige bestrijdingsmiddelen door particulieren;
verzoekt de regering, in navolging van Denemarken de verkoop van bestrijdingsmiddelen en biociden aan particulieren alleen vanachter de toonbank toe te staan,
en gaat over tot de orde van de dag.”*

De reactie van de Staatssecretaris luidde als volgt (Tweede Kamer, 5 juni 2013, 33 490, 91-3-19): *“Biociden zijn niet ongevaarlijk, maar de risico's zijn bij correct gebruik aanvaardbaar. Tegelijkertijd voel ik wel voor het geven van een duidelijk signaal aan de consument. Beschreven is hoe in Denemarken zaken achter de balie worden verkocht. Ik neig ernaar om dit hier toe te passen, maar ik zal het eerst moeten onderzoeken. Medicijnen worden achter de balie verkocht, evenals vuurwerk. Ik ga grondig bezien of deze middelen ook achter de balie kunnen worden verkocht. Voor een dergelijk onderzoek heb ik natuurlijk gesprekken nodig met het bedrijfsleven. Ik zal moeten bezien hoe dingen toepasbaar zijn. (...) Wat dit soort stoffen betreft moeten wij daarover serieus overleggen, en dat ga ik doen. Als het goed is zal ik de Kamer begin 2014 berichten welke mogelijkheden ik samen met de branche zie.”*

In vervolg op deze toezegging heeft het ministerie van IenM opdracht gegeven aan Bureau KLB en IVAM CR om in kaart te brengen wat de gevolgen zijn van (verschillende varianten van) een verplichting tot verkoop van biociden achter de toonbank, en welke opvattingen hierover leven bij betrokken partijen. Dit onderzoek is uitgevoerd in het najaar van 2013. In dit rapport wordt verslag gedaan van de bevindingen.

1.2 Doel van het onderzoek

Het doel van het uitgevoerde onderzoek is de Staatssecretaris en de Tweede Kamer inzicht te verschaffen in de gevolgen van en opvattingen over (verschillende varianten van) een

verplichting tot verkoop van biociden van achter de toonbank. Het gaat hierbij om zowel de ecologische en gezondheids- als de economische gevolgen van een dergelijke verplichting.

Voor de goede orde wordt bij deze doelstelling het volgende aangetekend:

- Het onderzoek heeft primair een kennisdoelstelling, het beoogt op neutrale wijze inzicht te verschaffen. De onderzoekers onthouden zich derhalve van het weergeven van eigen standpunten of het doen van aanbevelingen.
- Een mogelijke verplichting richt zich op producten die als biocide zijn aangemerkt en die als zodanig zijn toegelaten in Nederland.
- Het gaat hierbij alleen om producten die bedoeld zijn voor de consumentenmarkt.
- Het onderzoek richt zich – anders dan de motie Ouwehand – op biociden en niet op gewasbeschermingsmiddelen. Voor gewasbeschermingsmiddelen is er vanuit gegaan dat deze per 2015 niet meer zijn toegestaan voor particulier gebruik, conform het beleidsvoornemen van de Staatssecretaris IenM zoals kenbaar gemaakt in de brief over gewasbescherming buiten de landbouw aan de Tweede Kamer d.d. 3 september 2013.
- Onder ‘verkoop van achter de toonbank’ verstaan we een verkoopmethode waarbij producten niet vrijelijk beschikbaar zijn in het schap in de winkel, maar waarbij de verkoop via een ter zake deskundige winkelmedewerker verloopt. Hierbij zijn verschillende varianten denkbaar: verkoop via een daartoe specifiek opgeleide winkelmedewerker over een toonbank met een aparte kassa, idem maar vervolgens via een algemene kassa of vanuit een vitrine.

1.3 Gehanteerde opzet en uitvoering

Om de mogelijke gevolgen en opvattingen in kaart te brengen, is een onderzoek in vier stappen uitgevoerd.

1.3.1 Stap 1: contextverkenning

Allereerst is de context van de verkoop van biociden aan particulieren in kaart gebracht en zijn eerste opvattingen van betrokken partijen verkend door middel van desk research en gesprekken met in totaal twintig belanghebbende organisaties. Tabel 3 geeft een globaal overzicht van de geraadpleegde belangenpartijen. Bijlage 1 bij dit rapport bevat een volledig overzicht van geraadpleegde personen en organisaties

Tabel 3. Geraadpleegde belangenpartijen

Geraadpleegde detaillistenorganisaties	9
Geraadpleegde milieu- en consumentenorganisaties	4
Geraadpleegde producenten en leveranciers (organisaties)	7

1.3.2 Stap 2: case studies detailhandel

In vervolg op deze ‘context’-gesprekken zijn in totaal veertien case studies verricht en is één beurs bezocht om nader zicht te krijgen op de gevolgen van een ‘achter de toonbank’-verplichting voor een aantal typen detailhandelsbedrijven. De keuze voor aard en aantal te onderzoeken detailhandelsbedrijven is gemaakt in samenspraak met de betrokken belangenorganisaties. In de naderhand gehouden workshop is samen met hen vastgesteld

dat met dit alles een goede afspiegeling is bereikt en een goed overzicht over de totale detailhandel is verkregen, mogelijkterwijs met onderbelichting van de ambulante handel³. Tabel 4 geeft weer hoeveel van welke typen detailhandels zijn bezocht. Bijlage 1 bij dit rapport geeft het volledige overzicht.

Tabel 4. Onderzochte detaillisten

Drogisterijen	3
Doe-het-zelf winkels	1
Tuincentra	4
Dierenspeciaalzaken	Beursbezoek
Speciaalzaken buitenleven	1
Watersportwinkels	3
Levensmiddelenwinkels	1
Volkstuinwinkels	2

1.3.3 Stap 3: Internationale verkenning

Parallel aan het onderzoek naar consequenties van en opvattingen over een 'biociden achter de toonbank'-verplichting in Nederland, is een internationale verkenning uitgevoerd van de achtergronden en systematiek van en ervaringen met soortgelijke verplichtingen in het buitenland. Gezien de specifieke verwijzing in de motie is een werkbezoek gebracht aan Denemarken. Begin november is aldaar gesproken met vertegenwoordigers van het Deense ministerie van milieu en van een Deense natuurbeschermingsorganisatie. Een verdere verkenning van relevante landen voerde naar België, Duitsland en Noorwegen.

Tabel 5 geeft weer wie in welke landen zijn geraadpleegd. Bijlage 1 bij dit rapport geeft het volledige overzicht.

Tabel 5. Geraadpleegd internationaal

België	2 x overheid
Denemarken	2 x overheid, 1 x natuurorganisatie
Duitsland	1 x overheid, 1 x tuincentra
Noorwegen	1 x overheid

1.3.4 Stap 4: Workshop met belanghebbenden

In vervolg op deze dataverzameling heeft 26 november 2013 te Den Haag een workshop plaatsgevonden waarvoor alle partijen zijn uitgenodigd die waren geraadpleegd in stap A1 bij de contextverkenning. In deze workshop zijn de bevindingen tot dan toe en een aantal stellingen aan de deelnemers voorgelegd. Hun opmerkingen en reacties zijn opgetekend en in een verslag weergegeven, dat vervolgens voor commentaar aan hen is voorgelegd. De verkregen reacties zijn in het verslag verwerkt. Het bijgewerkte verslag, waarin tevens opgenomen een overzicht van de deelnemers aan de workshop, is opgenomen als bijlage 2 bij dit rapport.

³ De hier bedoelde ambulante handel richt zich primair op de verkoop van professionele producten voor het boerenbedrijf; beperkte verkoop van biociden aan consumenten via dit kanaal is niet uitgesloten.

1.4 Opbouw van de rapportage

Op grond van de aldus verkregen gegevens is de onderhavige rapportage vervaardigd. Deze rapportage is als volgt opgebouwd.

- Hoofdstuk 2 geeft de algemene bevindingen weer met betrekking tot de verwachte gevolgen van en opvattingen over een ‘achter de toonbank’-verplichting voor biociden.
- Hoofdstuk 3 rapporteert de inzichten uit de casestudies bij de verschillende detaillisten en geeft de sectorspecifieke consequenties en opvattingen weer.
- Hoofdstuk 4 beschrijft wat in het buitenland gebeurt qua verkoop van biociden van achter de toonbank en wat daar de ervaringen zijn.
- Hoofdstuk 5 bevat ten slotte de conclusies die uit dit alles getrokken kunnen worden.

Bijlage 1 bevat een overzicht van geraadpleegde bronnen en personen. Bijlage 2 betreft het verslag van de in het kader van dit onderzoek gehouden workshop met belanghebbende partijen.

2. Algemene bevindingen

2.1 Inleiding

Allereerst is geprobeerd de context van biocidenverkoop aan consumenten in kaart te brengen. Bezien is wat bekend is van deze markt, van de producttypen die daarin worden aangeboden en van de functies die worden vervuld, alsook van de gezondheids- en milieueffecten van de toepassing van de betreffende biociden. Daarnaast is gezien welke opvattingen en vragen belanghebbenden in algemene zin opwerpen (d.w.z.: over de verschillende sectoren en distributiekkanalen heen; het volgende hoofdstuk handelt over sectorspecifieke zaken).

De eerstvolgende paragraaf gaat in op omvang, functies en risico's van het huidige consumentengebruik van biociden. De daaropvolgende paragrafen beschrijven de algemene reactie van de belangengroepen op de voorgestelde 'achter de toonbank'-maatregel en hun respectievelijke perspectieven hierop. De daaropvolgende paragrafen behandelen systematisch de verschillende typen algemene vragen en opmerkingen die in de gesprekken naar voren zijn gekomen: de juridische kant, de rol van het Ctgb, de beperkte vraagelasticiteit, de rol van internet en de mogelijkheid om verschillende (risico-)groepen biociden te onderscheiden.

2.2 De consumentenmarkt voor biociden

Biociden zijn stoffen of mengsels die bestemd zijn om een schadelijk organisme te vernietigen, af te schrikken, onschadelijk te maken, de effecten daarvan te voorkomen of het op andere wijze langs chemische of biologische weg te bestrijden. De Europese regelgeving (Biocidenverordening, EU 528/2012, Bijlage V) onderscheidt 22 producttypes biociden, onderverdeeld in vier hoofdgroepen: desinfecteermiddelen, conserveermiddelen, plaagbestrijdingsmiddelen en andere biociden (o.m. aangroeiwerende middelen).

Over de hoeveelheden biociden op de Nederlandse consumentenmarkt en over de eventuele negatieve effecten van hun toepassing op mens en milieu, is weinig specifiek bekend.

In Nederland beslist het College voor de toelating van gewasbeschermingsmiddelen en biociden (Ctgb) over toelating van biociden voor professioneel en/of niet-professioneel gebruik. Op de website van het Ctgb is een overzicht te vinden, waaruit blijkt dat op 1 oktober 2013⁴ 1179 producten zijn toegelaten. Daarvan zijn in totaal 310 producten (ook) voor niet-professioneel gebruik toegelaten,⁵ waarvan 149 voor zowel professioneel als niet-professioneel gebruik. Deze producten zijn verspreid over alle hoofdgroepen en bijna alle producttypes. Overigens zijn niet al deze biociden ook daadwerkelijk op de consumentenmarkt verkrijgbaar. Welke precies wel en welke niet, is moeilijk te achterhalen. In de diverse typen winkels zijn in ieder geval biociden aan te treffen als desinfecterende handgels en doekjes, mollenbollen, muizenkorrels en mierenpoeders en -lokdoosjes, slakkenkorrels, vliegensticks, wespensprays, anti-insectspray, zilvervispray,

⁴ Op het moment van schrijven is de Ctgb website al enige tijd ontoegankelijk.

⁵ Hierbij zijn in totaal 39 actieve stoffen beoordeeld.

groene aanslagverwijderaars, anti-schimmelverven en -kitten en antifouling. Deze producten dienen veelal om o.m. overlast-, rotings- en hygiëneproblemen tegen te gaan.

Het Ctgb heeft nauwelijks of geen gegevens over volumina van op de markt gebrachte biociden. Ook verder zijn er geen betrouwbare statistieken over hoeveelheden biociden op de markt, en al helemaal niet over biociden op de consumentenmarkt.⁶

Ook over eventuele negatieve effecten van biocidengebruik op mens en milieu is weinig specifiek bekend. Het Ctgb laat alleen producten op de Nederlandse consumentenmarkt toe die zonder persoonlijke beschermingsmiddelen met aanvaardbare risico's te gebruiken zijn. In haar jaaroverzicht over 2011 meldt het Nederlands Vergiftigingen Informatie Centrum (NVIC, 2012) dat van de ruim 50.000 in 2011 bij hem gemelde blootstellingen er 2% betrekking hadden op bestrijdingsmiddelen en desinfectantia.⁷ Het gaat hier vooral om insecticiden en rodenticiden.

2.3 Draagvlak belangengroepen

Gevraagd naar hun opvatting over een eventuele 'achter de toonbank'-verplichting voor biocidenverkoop aan consumenten, reageren bijna alle detailhandelorganisaties (drogisterijen, tuinbranche, doe-het-zelf, speciaalzaken buitenleven, watersportwinkels, levensmiddelenwinkels), alsook alle producenten en leveranciers, negatief. De redenen voor hun afwijzende stellingname komt naar voren in de navolgende paragrafen. Alleen de brancheorganisatie van dierenspeciaalzaken is positief over het voornemen. De Tuinbranche geeft aan positief te staan tegenover een verdergaande adviesrol voor tuincentra ten aanzien van verantwoorde oplossingen voor plantenziekten, onkruid, plaagdieren en dergelijke. Hierachter dient echter wel een houdbaar verdienmodel te zitten; als die een te smalle basis heeft, bijvoorbeeld doordat de gewasbeschermingsmiddelen uit het assortiment vallen, wordt het voor ondernemers onrendabel, aldus de tuinbranche.

Bij volkstuinwinkels is al een ontwikkeling gaande dat biociden uit het assortiment verdwijnen. Men steunt in het algemeen de gedachte van een 'achter de toonbank'-verplichting.

De grootste consumentenorganisatie staat licht afwijzend tegenover de voorgestelde maatregel. Deze riekt wat haar betreft iets teveel naar intransparantie. De Consumentenbond vindt het de taak van fabrikanten om goede, toegankelijke en betrouwbare informatie op en bij de producten te verschaffen, en voorts acht hij goede voorlichting door verkopers van belang. Maatregelen die dat bevorderen juicht hij toe; de bond heeft echter geen aanleiding om te stellen dat die informatie of voorlichting op dit ogenblik tekortschiet, hij heeft daar zelf tot dusver geen onderzoek naar gedaan.

⁶ Eenzelfde conclusie trekt SIRA (2010): "Er zijn maar weinig gegevens bekend over de omzet van biociden in de verschillende branches." SIRA presenteert wel een schatting van de marktomvang van ontsmettingsmiddelen en aangroeiwerende middelen, maar maakt daarbij geen onderverdeling tussen professionele en consumentenmarkt.

⁷ 60% van de blootstellingen betreft humane geneesmiddelen, 13% huishoudmiddelen en doe-het-zelf producten, 8% drank en genotsmiddelen.

De geraadpleegde milieuorganisaties zijn wel voorstander van de maatregel. Men stelt dat de meeste biociden niet specifiek zijn ontworpen voor gebruik door niet-professionals, zodat er veel reden is voor een ‘achter de toonbank’-verplichting. De kleinere geraadpleegde consumentenorganisatie staat op ditzelfde standpunt.

2.4 Probleemstelling, urgentie en perspectief

Bij de geïnterviewde brancheorganisaties en bedrijven bestaat nauwelijks tot geen gevoel van urgentie. Men geeft aan een risicoanalyse te missen waaruit zou blijken dat bij toepassing van momenteel toegelaten biociden sprake is van onaanvaardbare risico's of schade, bijvoorbeeld ook in vergelijking tot andere huishoudchemicaliën. En daarmee mist men ook een onderbouwing van de noodzaak tot aanvullende veiligheidsmaatregelen voor biociden. Tegelijk wijst men erop dat er wel een risicobeoordeling is uitgevoerd door het Ctgb, op basis waarvan geoordeeld is dat de biociden tot de consumentenmarkt kunnen worden toegelaten.

In de motie Ouwehand wordt een ‘achter de toonbank’-verplichting gepresenteerd als ‘een goede tussenstap naar het uitbannen van het gebruik’ van deze middelen. Bedrijven geven aan dat dit perspectief niet motiveert tot het doen van investeringen (bijv. in een aangepaste winkelrichting) voor de langere termijn.

Bij de grootste consumentenorganisatie is nauwelijks sprake van een gevoel van urgentie op dit punt. Men is bij biociden zeker voorstander van een optimale voorlichting aan consumenten, aangezien dit potentieel schadelijke, bio-actieve stoffen zijn. Maar men is geen voorstander van een verbod van deze producten; ze kunnen immers nuttige functies voor consumenten vervullen. En ook heeft men geen aanleiding om te stellen dat de voorlichting op dit ogenblik tekortschiet.

Bij de milieubeweging leeft wel enig gevoel van urgentie. Enerzijds vindt men dat deze middelen sowieso niet aan consumenten aangeboden zouden moeten worden. Anderzijds meent men dat er bij bepaalde onderdelen van de risicobeoordeling vraagtekens kunnen worden gezet. Zo bemoeilijkt het ontbreken van gegevens over verkochte volumes een goede blootstellingsbeoordeling, ontbreekt het aan een vergelijkende beoordeling van middelen die eenzelfde doel beogen (bijv. chemisch vs. niet-chemisch) en wordt oneigenlijk gebruik niet bij de beoordeling van risico's betrokken.

De milieuorganisaties geven aan te verwachten dat er van verkoop van achter de toonbank enige remmende werking op de verkoop van chemische middelen zal uitgaan en dat de voorlichting aan consumenten beter wordt. Men betwijfelt echter dat verkopers niet-chemische alternatieven prominenter onder de aandacht van consumenten zullen brengen.

Bedrijfsleven en milieuorganisaties zijn het erover eens dat een goede (betere) controle op de naleving van de biocidewetgeving risico's effectief kan verminderen, bijvoorbeeld door ‘onder de toonbank’-verkoop tegen te gaan van producten die alleen voor de professionele markt zijn toegelaten.

2.5 Juridische aspecten

Van de kant van het bedrijfsleven is de vraag opgeworpen wat de juridische basis is van een Nederlandse 'over de toonbank'-verplichting en of deze niet gezien moet worden als handelsbelemmering die als zodanig in strijd is met de beginselen van de Europese interne markt.

De juridische basis voor een 'achter de toonbank'-verplichting in Nederland, is aan te treffen in de huidige Wet Gewasbescherming en Biociden. Deze stelt in artikel 75 dat bij of krachtens algemene maatregel van bestuur voor het op de markt brengen of gebruiken van gewasbeschermingsmiddelen of biociden nadere regels kunnen worden gesteld over onder meer (...) de wijze van afleveren van gewasbeschermingsmiddelen of biociden.

In juridische zin lijkt een verplichting tot verkoop vanachter de toonbank geen handelsbelemmering te vormen. Er is immers geen sprake van vermindering van verkrijgbaarheid van goederen, er ontstaat alleen een extra interactiemoment tussen kopende en verkopende partij. In ten minste één andere lidstaat bestaat al geruime tijd een soortgelijke verplichting voor vergelijkbare producten, zonder dat daar ooit discussie over een mogelijke inbreuk op de interne markt is geweest (zie paragraaf 4.3).

Van de kant van het bedrijfsleven wordt gewezen op de bijna-onmogelijkheid van handhaving van een dergelijke verplichting wanneer wordt gekozen voor een nationale in plaats van een Europese benadering. Dit onder meer vanwege de open Europese grenzen en het bestaan van internethandelskanalen.

2.6 De rol van het Ctgb

Zoals eerder is aangegeven, is het de rol van het Ctgb om binnen de door de Biociden-verordening gegeven kaders op basis van de schadelijkheid en risico's van de werkzame stof(fen) te beoordelen of de risico's van toepassing door consumenten aanvaardbaar zijn en of een product toegelaten wordt. Het bedrijfsleven wijst erop dat, als de onderliggende reden voor het streven biociden achter de toonbank te laten verkopen zou zijn dat de risico's van het huidige gebruik niet aanvaardbaar zijn, het Ctgb de aangewezen partij is om die risico's te adresseren. Veel vertegenwoordigers van het bedrijfsleven menen dat het huidige wettelijke systeem goed werkt en leidend moet zijn. Een 'achter de toonbank'-verplichting náást een Ctgb-beoordeling is dubbelop en ondergraaft uiteindelijk de positie en de rol van het Ctgb, zo menen zij.

Van de kant van de milieubeweging is men minder positief over de beoordelingspraktijk van het Ctgb. Men meent dat ook eisen gesteld c.q. de voorkeur gegeven moet worden aan gebruiksklare producten met veiliger verpakking en dat meer aandacht moet worden gegeven aan gerichte voorlichting aan de klant op en bij de verpakking. Daarnaast zou het Ctgb een risicobeoordeling met striktere criteria moeten hanteren, en zou bij wetenschappelijke twijfel voor de consumentenmarkt eerder het voorzorgbeginsel moeten worden toegepast.

Ook meerdere gesprekspartners vanuit het bedrijfsleven geven aan dat als producten overmatig risicovol zouden zijn (wat men zelf niet zo ziet), de juiste route zou zijn om dit

via het Ctgb aan te pakken; bijvoorbeeld door de criteria en/of de grens tussen de middelen bedoeld voor professioneel gebruik en voor consumenten gebruik aan te passen. Men ziet daar meer in dan bijvoorbeeld een ‘achter de toonbank’-verplichting in te voeren.

2.7 Vervanging als gevolg van ‘achter de toonbank’-verplichting?

Zullen consumenten als gevolg van een ‘achter de toonbank’-verplichting minder, of minder risicovolle, producten gaan gebruiken? De verwachting is dat niet zal gebeuren, en mogelijk zelfs het tegenovergestelde.

Bedrijfsleven en consumentenbond benadrukken dat biociden een nuttige functie als probleemoplosser kunnen vervullen. Mensen wenden zich tot biociden om overlast-, rotings- en hygiëneproblemen tegen te gaan. De aanschaf van biociden door consumenten is dus probleem-/behoeftegestuurd. Er is doorgaans geen sprake van impulsieve aankopen.

Een ‘achter de toonbank’-verplichting kan ertoe leiden dat biociden in de winkel minder makkelijk vindbaar of bereikbaar zijn, dat sommige biociden uit het assortiment verdwijnen of dat meerkosten in de prijs van biociden verrekend gaan worden (zie ook het volgende hoofdstuk). Het bedrijfsleven verwacht dat dit consumenten niet zal bewegen tot minder biocidegebruik, maar tot het betrekken van (andere) middelen via andere kanalen, mogelijk ook in grotere hoeveelheden, vanwege de drempel waar men overheen moet. De consument zal zijn hygiëne- of hinderprobleem immers hoe dan ook willen oplossen. Via internet zijn in binnen- en buitenland zonder veel moeite aanbieders te vinden van meer en minder verantwoorde oplossingen en middelen, die al dan niet voor niet-professioneel gebruik in Nederland zijn toegelaten. Daarbij wordt nog aangetekend dat vanwege de uiteenlopende toelatingsmethoden en –criteria in de ons omringende landen (in lijn met de overgangssituatie voor de Biocidenverordening), ook producten die in buurlanden vrij verkrijgbaar zijn in Nederland illegaal kunnen zijn.

Voorts kunnen mensen uitwijken naar mogelijk risicovoller middelen als ‘huis-tuin-en-keuken’-chemicaliën en/of middelen die niet voor de betreffende toepassing bedoeld zijn. Genoemde voorbeelden zijn chloorbleekmiddel of schoonmaakazijn tegen groene aanslag of ongedierte; geurballen voor in de GFT-afvalbak; of melkvet met niet toegelaten antibiotica als anti-fouling.

Zo kan een verplichting tot verkoop van achter de toonbank grotere risico’s voor mens en milieu tot gevolg hebben dan die nu door toepassing van in Nederland toegelaten biociden kunnen worden veroorzaakt. Hierbij wordt nog opgemerkt dat, gezien de aard van de op te lossen problemen, van het gebruik van biociden een positief milieu- en/of gezondheidseffect kan uitgaan. Daar komt bij dat er niet voor alle problemen goed werkende niet-chemische alternatieven zijn.

De milieubeweging benadrukt het belang van een verschuiving richting minder schadelijke, niet-chemische (bijv. mechanische) alternatieven, Als gezegd verwacht ze in dat opzicht niet veel van een ‘achter-de-toonbank’-verplichting. Overigens zou dat wel een indirect effect kunnen zijn, als er winkels zijn die besluiten biociden uit het assortiment te nemen (zie volgend hoofdstuk).

2.8 Biociden via internet

Indien een ‘verkoop achter de toonbank’-verplichting ingevoerd gaat worden, is de verwachting bij alle spelers in het veld dat er een verschuiving gaat optreden naar verkoop via internet. Dit heeft allereerst te maken met het hiervóór beschreven probleemgestuurde karakter van de aanschaf en met de laagdrempeligheid van internet (vis-à-vis de hogere drempel in de detailhandelszaken als gevolg van de ‘achter de toonbank’-verplichting). Alle gesprekspartners stellen zich de vraag hoe een ‘achter de toonbank’-verplichting er voor internet gaat uitzien; men kan zich er weinig bij voorstellen. Bovendien zal de naleving van zo’n verplichting bij buitenlandse internetaanbieders moeilijk handhaafbaar zijn, waardoor er van een gelijk speelveld geen sprake zal zijn. Nu al geldt dat de verzending van gevaarlijke stoffen per post niet is toegestaan in Nederland, maar dat dit niet of nauwelijks te controleren is.

Winkeliers komen voor de keus te staan de investeringen en meerkosten voor de ‘achter de toonbank’-verkoop voor eigen rekening te nemen of in de verkoopprijs te verdisconteren; een keus die internetaanbieders niet hoeven te maken. In beide gevallen, en vooral als de winkelier kiest voor verrekening, heeft de internetverkoop een extra concurrentievoordeel.

Naar verwachting zal de mate van de verschuiving richting internet per sector verschillen (zie het volgende hoofdstuk), maar zal hij overal optreden. Hij vormt een belangrijke reden waarom betrokkenen verwachten dat van een ‘verkoop achter de toonbank’-verplichting een (voor de fysieke detailhandel) negatief economisch effect zal uitgaan, alsook een averechts milieu- en gezondheidseffect (zie paragraaf 2.7).

Een bijzondere complicatie is nog dat veel winkels een multi-channel aanpak hebben, d.w.z. verkopen via zowel een fysieke outlet als via internet. Afhaal- en retourkanalen zijn onderling met elkaar verbonden. Er gaan zich rare situaties voordoen als voor een product verschillende regels gelden afhankelijk van het verkoopkanaal.

2.9 (Risico-) groepen biociden?

Met de verschillende actoren is ook gesproken over nut en mogelijkheid van het maken van een nader onderscheid in wel en niet de achter de toonbank te verkopen biociden. Zou die maatregel wellicht vooral zinvol kunnen zijn voor een specifieke subgroep biociden?

Verskillende invalshoeken op deze vraagstelling zijn de revue gepasseerd. Zo zou het, als dit zou gebeuren, voor de hand liggen een onderscheid te maken op basis van risico of gevaarseigenschappen (potentieel risico). Dit is een natuurlijke rol voor het Ctgb. Die zou op basis van nader op te stellen beslisregels dit onderscheid kunnen maken. Daarbij wordt evenwel al direct aangetekend dat in de huidige Ctgb beoordelingssystematiek de beoordeling van het aspect ‘veilig gebruik door de consument’ één van de elementen is. Daaruit zou logisch voortvloeien dat een nadere differentiatie van de productgroep biociden in subgroepen niet nodig is.

Ook geldt dat voor een goede, nadere differentiatie binnen de productgroep biociden gegevens nodig zijn over gebruik, emissies, blootstelling e.d.. Die gegevens ontbreken op dit

moment. Er zijn momenteel onvoldoende inhoudelijke instrumenten om tot een dergelijke, meer verfijnde indeling voor biociden te komen.

Gezien de huidige Ctgb beoordelingssystematiek – men laat alleen biociden voor consumenten toe die zonder persoonlijke beschermingsmiddelen met aanvaardbare risico's zijn te gebruiken – is de verwachting uitgesproken dat de feitelijke belasting van mens en milieu door de verschillende typen producten in dezelfde orde van grootte ligt. Een nadere aanscherping op basis van gegevens over gebruik, emissie en blootstelling zal daarom weinig onderscheidend vermogen opleveren.

Biociden in Nederland worden voornamelijk verkocht als 'ready for use' product. De consument koopt daarmee een kant-en-klaar product dat direct voor toepassing geschikt is. Gevaar voor overdosering, dat bij concentraten wel aan de orde is, is hier beperkt. Ook een onderscheid tussen concentraten en gebruiksklare producten is bij biociden dus nauwelijks of niet aan de orde.

3. Sectorspecifieke bevindingen

3.1 Inleiding

In aanvulling op de verkenning van algemene verwachtingen, reacties en opvattingen, is bij verschillende sectoren en verkoopkanalen nagegaan wat de concreet te verwachten gevolgen zijn van een 'achter de toonbank'-verplichting voor verkoop van biociden aan consumenten. Daarbij zijn in samenspraak met de relevante belangenorganisaties de belangrijkste sectoren geselecteerd, en is daarbinnen gesproken met een zodanig aantal verschillende bedrijven dat deze, ook volgens de belangenorganisaties, afdoende weergeven wat de gevolgen voor henzelf en voor de betreffende sector kunnen zijn.

In de volgende paragrafen worden de bevindingen per sector beschreven. Slotparagraaf 3.10 geeft het overzicht en benoemt vergelijkenderwijs enige conclusies.

3.2 Drogisterijen

3.2.1 Drogisterijen en biociden

In drogisterijen vormen biociden een relatief klein deel van het totale assortiment en ca. 0,1-0,15% van de omzet. Het is bij de drogisten niet altijd precies bekend welke producten in de categorie biociden vallen.⁸ Het assortiment, qua omvang ca. 30 producten bij grootwinkelbedrijven en 20 tot 50 producten bij zelfstandigen, bestaat uit uiteenlopende producten en formaten: antibacteriële en desinfectiemiddelen, mondspoelwater, ongediertebestrijding (anti-muggenmiddelen, mierendoosjes) en een beperkt aantal reinigings- en beschermingsmiddelen. Deels gaat het om seizoensproducten, die wel altijd in het aanbod blijven (groene aanslagreiniger wordt alleen van week 12 tot week 20 verkocht).

Drogisterijen zijn bij uitstek winkels die op hygiëne en gezondheid gerichte pharma- en chemische producten aanbieden, waarbij extra zorg op zijn plaats is voor een oordeelkundig gebruik door de consument. Om die reden gold vroeger⁹ een 'achter de toonbank'-verplichting voor diverse zelfmedicatie producten. Deze is opgeheven nadat flankerende maatregelen voor een veilig gebruik waren aangenomen, waaronder de zgn. automatische kassacheck.¹⁰

3.2.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

Drogisterijen willen graag het volledige assortiment voeren dat een klant verwacht aan te treffen. Daarbij is de trend in winkelformules dat de klant alles zelf in de winkel vindt en dat bij de kassa wordt afgerekend. Verkoop van achter de toonbank past niet bij deze zelfbedieningformule van drogisterijen.

⁸ Zo maakten vroeger 'ontsmettingsmiddelen' (bijv. voor op reis) deel uit van het drogisterijassortiment. De leveranciers van dit soort producten werken nu echter met een zgn. 'secundaire claim', waardoor deze producten niet als biocide toegelaten hoeven te zijn (zij het volgens de nieuwe Biocidenverordening mogelijk wel als 'behandeld voorwerp').

⁹ Producten op de lijst van *Algemeen Verkrijgbare Producten* mogen in de vrije verkoop; bij producten op de lijst van *Producten Uitsluitend Verkrijgbaar bij Apotheek en Drogist* speelt verkoop van achter de toonbank geen rol meer.

¹⁰ Bij het afrekenen van bepaalde producten krijgt de kassamedewerker een melding dat de klant gevraagd moet worden of deze het betreffende product kent en of deze daar vragen over heeft.

Vanuit de wens de verwachtingen van de klant waar te maken, zullen drogisterijen zich er in eerste aanleg op richten de biociden in het assortiment te houden. Dit betekent evenwel dat voor een relatief klein aantal producten veranderingen in formule, inrichting en organisatie van de winkels doorgevoerd moeten worden. Daarbij komt dat de ruimte achter de toonbank veelal beperkt is, en dat medicijnen fysiek gescheiden moeten worden van biociden (zoals ook bij sigaretten het geval is). Een vitrine (doorgaans gebruikt voor waardevolle, diefstalgevoelige artikelen) is geen betere optie en past ook niet in de winkelformule. Voor kleinere, zelfstandige drogisterijen is nog een optie om biociden in het magazijn te houden en bij vragen van klanten het vandaar te halen.

Al met al vergt verkoop van biociden van achter de toonbank in de meeste gevallen een investering van enige omvang (niet nader gekwantificeerd). Tegelijk is de verwachting dat het omzetverlies bij verkoop van biociden van achter de toonbank (naar rato) fors zal zijn. De ervaring leert dat vrije verkoop tussen de 30% en 70% meer omzet oplevert. Dit alles vindt plaats onder de omstandigheid dat diverse drogisterijwinkels de crisis sterk voelen en sommige op de rand van de afgrond balanceren. Zodoende zal ook een commerciële heroverweging plaatsvinden. Gezien de beperkte verkoop en opbrengsten uit deze productgroep is een investering in aanpassing voor verkoop over de toonbank al snel niet rendabel. Zo kan een verplichting tot verkoop van achter de toonbank leiden tot afstoten van biociden uit het assortiment.

Een eventueel aan de 'achter de toonbank'-verplichting gekoppelde opleidingseis zal voor de drogisterijen ook extra kosten met zich meebrengen, maar vormt minder een probleem. De filiaalmanagers zijn gediplomeerde drogisten. En ook medewerkers hebben basiskennis over geneesmiddelen, gezondheid en verzorgingsproducten (voorheen ook chemische stoffen). Het personeel wordt allerlei opleidingen en informatie aangeboden; bij de grotere ketens onder meer via intranet. Het organiseren van extra opleiding over biociden zal tijd en geld kosten. De infrastructuur daarvoor is veelal echter al aanwezig.

Terzijde is in de gesprekken naar voren gekomen dat een automatische kassacheck voor biociden eenvoudiger in te voeren lijkt te zijn dan een verplichte verkoop van achter de kassa (zie voetnoot 10). Bij het afrekenen van zelfzorggeneesmiddelen heeft nu al ca. 80% van de drogisterijen een automatische kassacheck, waarbij gevraagd wordt naar de behoefte aan informatie en advies. De indruk is wel dat het effect van de advies- en checkfunctie beperkt is.¹¹ Er is wel enige aarzeling om ook voor biociden een automatische kassacheck in te voeren. Men ervaart het als disproportioneel (zeker zonder overtuigende risicoanalyse) en het kan bij de klant ook irritatie oproepen (wat het bij geneesmiddelen nu ook vaak al doet). Men ziet een goede campagne dan ook als een betere route voor bewustwording.

3.2.3 Effecten van 'biociden achter de toonbank'

Het is mogelijk dat bij verkoop van achter de toonbank minder impulsaankoop van dit type producten plaatsvindt, en dat verder een zekere drempelwerking optreedt (producten niet

¹¹ Een evaluatie door de consumentenbond over de kassacheck bij geneesmiddelen was kritisch.

in de schappen vindbaar). Men verwacht echter niet dat verkoop van biociden van achter de toonbank voor milieu en gezondheid een meerwaarde gaat hebben. Consumenten zoeken deze producten om gericht een probleem op te lossen; er is kortom vraag naar dit type producten. Mensen verwachten de oplossing voor hun probleem bij de drogisterij te vinden, maar als ze dat niet lukt zoeken ze elders. Een belangrijk effect zal dus verschuiving van de verkoop zijn. De verwachting is dat de klanten dan hun toevlucht zoeken tot internet, waardoor de mogelijkheden om voorlichting te geven eerder worden beperkt dan uitgebreid.

Voor de drogisterijen zal de maatregel als gezegd kostenverhoging en omzetverlies met zich meebrengen.

3.3 Doe-het-zelf winkels

3.3.1 Doe-het-zelf winkels en biociden

Doe-het-zelf winkels (DHZ-winkels) verkopen een omvangrijk assortiment van producten bestemd voor doe-het-zelf klussen in en om het huis. De breedte van het aanbod aan producten reflecteert zich ook in het aanbod van biociden. Het assortiment omvat o.a. plaagbestrijdingsmiddelen (mieren, muizen, slakken, etc.), producten tegen de vorming van schimmels, algen en groene aanslag, en schimmelwerende verf- en kitproducten. In sommige filialen verkoopt men ook anti-fouling producten (aangroeiwerende verven) voor scheepsonderhoud. Veelal zijn er van de verschillende producttypen meerdere producten van verschillende fabrikanten verkrijgbaar.

Het productaanbod in de winkel varieert met de vraag van de klant en een deel van het biocidenaanbod is daarmee sterk seizoensgevoelig. Zo is 'groene aanslagverwijderaar' een duidelijk voorjaarsproduct en anti-fouling een product voor buiten het vaarseizoen.

De winkels kenmerken zich door een zelfbedieningsformule op een relatief groot winkeloppervlak. De biocide producten worden verspreid door de winkel aangeboden. Naast het aanbod in de winkel zelf is er geen magazijn voor opslag. De winkellay-out en de schapinrichting is doordacht en afgestemd op het optimaal bedienen van de klant. Voor sommige productlijnen is de producent bepalend bij de schapinrichting. De winkels beschikken meestal over een kleine servicebalie voor service en retourproducten.

3.3.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

Voor DHZ-winkels heeft de verkoop van biociden van achter de toonbank naar verwachting verstrekken gevolgen. Allereerst staat de achter de toonbank verplichting haaks op het huidige winkelconcept en de onderliggende verkoopstrategie, die gestoeld zijn op een zelfbedieningsconcept. Zowel de winkelopbouw, het assortiment als de schapindeling zijn gebaseerd op dit concept. Een 'achter de toonbank'-verplichting grijpt daarmee op een fundamenteel niveau in op de verkoopstrategie van dit type winkels. Ook zijn er aanpassingen nodig op organisatorisch niveau. Zo is de productgroep 'biociden' in de huidige productendatabase niet als zodanig herkenbaar, en is een aanpassing van de database structuur dus noodzakelijk.

Om verkoop achter de toonbank te realiseren verwacht men een forse ingreep in de winkel nodig te hebben. Het gaat hierbij om stappen als het doordenken van een nieuw concept, maken van een ontwerp, het uitvoeren van de daadwerkelijke verbouwing, en het herinrichten van delen van de winkel. Omdat het assortiment sterk op elkaar is afgestemd, is de herinrichting meer dan alleen het verplaatsen van de biocide producten en het opvullen van de ontstane ruimte.

Daarnaast is de verwachting dat het opleiden van personeel kosten met zich mee brengt, zowel directe kosten voor de opleiding zelf als gedeelde inkomsten door niet gewerkte dagen. Vanwege het verloop in het personeelsbestand zijn een deel van deze kosten blijvend van aard.

3.3.3 Effecten van 'biociden achter de toonbank'

In het seizoen maken biociden een belangrijk aandeel van de omzet uit. Voor de DHZ-winkels treedt er – bij invoering van een achter de toonbank verplichting – een naar verwachting groot effect op de omzet op, zowel direct als indirect. Het directe effect treedt op als gevolg van verminderde toegankelijkheid van biocideproducten, wat leidt tot verminderde verkoop. Ook betekent het hebben van een toonbank minder beschikbare schapruimte en daarmee een lagere omzet.

Het indirecte effect treedt op door een verminderde verkoop van gelieerde producten die (bijvoorbeeld) nodig zijn voor het toepassen van het biocide product. De DHZ winkels richten zich op een samenhangend en klusgericht productaanbod, waardoor de combinatie van het directe en indirecte negatieve omzeteffect aanzienlijk kan zijn. Ook kan het minder toegankelijk zijn van dit klusgerichte aanbod een weglekeffect op het klantenbestand hebben. DHZ-winkels worden gezien als klusgerichte one-stop-shops binnen met een zelfbedieningsconcept. Productverkoop van achter de toonbank past niet bij dit beeld. Toenemende kosten voor verkoop van biociden gecombineerd met een afname van de omzet zal ook tot een heroverweging van het biocidenaanbod leiden.

Men verwacht geen of beperkte effecten van een verplichting tot verkoop van achter de toonbank op het gebruik van biociden door consumenten. Men ziet deze als probleemgedreven; de consument heeft een probleem, zoekt hiervoor een oplossing en gaat dus gericht op zoek naar dit soort producten. Een verminderde beschikbaarheid bij een DHZ-winkel zal leiden tot een verschuiving van de verkoop naar andere kanalen. De verwachting is dat internet een belangrijk alternatief afzet kanaal zal worden. Ook ziet men het als niet ondenkbaar dat er een groter gebruik van niet voor dit doel bedoelde producten gaat optreden, bijv. huis-tuin-en-keuken middelen.

Al met al voorziet men dat de maatregel 'verkoop achter de toonbank' een neutraal en mogelijk zelfs negatief effect heeft op milieu en gezondheid.

3.4 Tuincentra

3.4.1 Tuincentra en biociden

Tuincentra zijn, net als DHZ-winkels, winkels met een omvangrijk assortiment en een zelfbedieningsformule op een relatief groot winkeloppervlak. Tuincentra zijn gericht op alle benodigheden in en om de tuin, variërend van planten, zaden en bollen tot tuingereed-

schap, tuinmeubilair en bouwmaterialen. Een aantal tuincentra verkoopt ook dieren en dierenbenodigdheden.

Tuincentra bieden een groot deel van de biociden in het assortiment aan in dezelfde hoek als de gewasbeschermingsmiddelen, zijnde de plaats waar alle middelen te vinden zijn voor de oplossing van plantenziekten, onkruid, plaagdieren en overige tuingerelateerde problematiek. De biociden vormen een klein deel van het aanbod en de omzet in die hoek; de verhouding met gewasbeschermingsmiddelen is ongeveer 1 op 7 à 1 op 10. Daarnaast zijn verspreid door de winkels nog biociden te vinden als houtverduurzamingsmiddelen, antischimmelverven en –kitten e.d..

Tuincentra profileren zich in toenemende mate als deskundige en servicegerichte winkels voor ondersteuning van de hobbytuinier. Ook nu verschaft men al schriftelijke en mondelinge informatie over verantwoorde oplossing van tuinproblemen, al dan niet met behulp van chemische of biologische middelen. In de branche is een versterking gaande van het groene en duurzame karakter en imago van tuincentra. Een sterkere adviesrol over biociden en gewasbeschermingsmiddelen past daar bij.

3.4.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

'Achter de toonbank'-verkoop hoort niet bij de formule van tuincentra, maar is daar eventueel in enige vorm in inpasbaar. Een versterking van de adviesrol is dat zeker. Een aantal complicaties speelt wel (waarbij de gedachten met name uitgaan naar de gewasbeschermingsmiddelen- en biocidenhoek). Zo is een bemensing in alle seizoenen van een balie van waarachter hoofdzakelijk seizoensproducten worden verkocht, een kostbare aangelegenheid. Ook vergt de aanpassing van de winkel een aanzienlijke investering. Een – grote – vitrinekast zou in dat opzicht een haalbaar alternatief kunnen zijn, zij het dat dit voor de pallets groene aanslagreiniger geen soelaas biedt. De grootste complicatie wordt echter gevormd door het door de overheid voorgenomen verbod van verkoop van chemische gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren. Als dat dóórgaat, zien de tuincentra hun assortiment en omzet in dit deel van de winkel met een groot deel slinken. Gevolg zou zijn dat de beoogde adviesrol weinig meer om het lijf heeft. Ook zou de investering in een toonbank, gezien de bescheiden hoeveelheid biociden die men verkoopt, niet meer rendabel zijn. De uiterste consequentie zou zijn dat men de biociden uit het assortiment verwijdert.

Een opleidingseis voor verkopend personeel zou extra kosten met zich meebrengen. Veelal is echter al sprake van enige basis (bijvoorbeeld waar een deel van het personeel al een agrarische opleiding heeft of jaarlijks cursussen volgt). Bovendien zou dit ten goede komen aan het deskundige en servicegerichte imago dat men voor ogen heeft.

3.4.3 Effecten van 'biociden achter de toonbank'

De tuincentra zien in een adviesrol bij tuingerelateerde problematiek waar gewasbeschermingsmiddelen en biociden een deel van de oplossing kunnen bieden, een simultane kans voor bevordering van meer verantwoorde aanschaf en gebruik van deze middelen door consumenten en voor versterking van het eigen imago. Bij een verbod op verkoop van gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren ontvalt hieraan echter de

economische basis. Gevolg zal zijn dat in het uiterste geval ook de biociden de winkels uit gaan, zodat consumenten zich elders zullen moeten vervoegen voor de oplossing van hun probleem; en voor advies, als dat elders al te krijgen is. In de ogen van de tuinbranche zou dat een gemiste kans zijn.

3.5 Dierenspeciaalzaken

3.5.1 Dierenspeciaalzaken en biociden

Dierenspeciaalzaken zijn er als kleinere zelfstandige bedrijven, als grotere ketens en als onderdeel van tuincentra (zie voor die laatste paragraaf 3.4). Biociden zijn geen cruciale, essentiële handelswaar voor dierenspeciaalzaken. Bovendien zijn er de afgelopen jaren meerdere biociden van de consumentenmarkt voor dierenbenodigdheden verdwenen omdat ze niet werden toegelaten of omdat de producenten ervan meenden de kosten voor de toelatingsprocedure bij het Ctgb niet te kunnen terugverdienen. De middelen die in dierenspeciaalzaken verkocht worden, zijn hoofdzakelijk desinfecteermiddelen en insecticiden.

3.5.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

Met name de gespecialiseerde dierenspeciaalzaken beschikken veelal al over een toonbank. Biociden bevinden zich bovendien vaak al in een vitrine. Zodoende zijn de te verwachten meerkosten om verkoop vanachter een toonbank mogelijk te maken beperkt.

Als de 'verkoop achter de toonbank'-verplichting gekoppeld zou worden aan een opleidingseis, zouden bedrijven die gecertificeerd zijn met het 'Dierbaar'-keurmerk al biociden mogen verkopen. Er worden cursussen 'omgaan met diergeneesmiddelen en bestrijdingsmiddelen' aangeboden aan detaillisten. Deze brengen enige kosten en tijdsinvestering met zich mee, maar beduidend minder dan die welke het gevolg zijn van het Besluit Gezelschapsdieren, aldus de brancheorganisatie.

3.5.3 Effecten van 'biociden achter de toonbank'

De brancheorganisatie en de geraadpleegde bedrijven menen dat er goede argumenten zijn om een 'achter de toonbank'-verplichting in te voeren; biociden zijn immers geen onschuldige stoffen. Doordat mensen moeten vragen om een biocide product en ze enige voorlichting krijgen, komen de producten op een hoger aandachtsniveau, wat weer ten goede kan komen aan milieu en gezondheid.

3.6 Speciaalzaken buitenleven

3.6.1 Speciaalzaken Buitenleven en biociden

Speciaalzaken buitenleven hebben een breed en divers aanbod gericht op de bewoners van het platte land. Het assortiment bevat o.a. producten voor huisdier en huisdierverzorging, plant- en tuinonderhoud, en tuin en terrasrichting. In de winkels van de speciaalzaken buitenleven is het aanbod van biociden divers. Zo zijn er plaagbestrijdingsmiddelen (mollen, muizen, mieren, etc.) verkrijgbaar, afweermiddelen voor dieren/insecten, anti-vlooiënproducten voor huisdieren en groene aanslagverwijderaars.

Het productaanbod varieert met het seizoen. De winkels zijn thematisch georganiseerd; biocideproducten bevinden zich dan ook verspreid in de winkel. De winkels kennen een zelfbedieningsconcept en hebben een klein/bepaald magazijn voor opslag. In sommige winkels is een kleine balie voor klantenservice en retourproducten aanwezig. Ook vindt er in de winkels verkoop aan professionals plaats. Het kassasysteem is ingericht op verkoop van gewasbeschermingsmiddelen en biociden aan professionele gebruikers.

3.6.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

De verplichting tot verkoop van biociden achter de toonbank heeft een aantal gevolgen voor de speciaalzaken buitenleven. In het winkelconcept van deze winkel is geen rekening gehouden met verkoop van achter de toonbank. Concreet betekent dit dat het winkelconcept op centraal niveau herontworpen en aangepast moet worden en dat dit vervolgens per filiaal nader uitgewerkt moet worden. Vervolgens moet in elk filiaal een verbouwing plaatsvinden en moet de winkel opnieuw worden ingericht. De kosten voor een dergelijk operatie worden als fors aangemerkt (schatting: een ton Euro per winkel).

Het personeel in de winkel is in algemene zin ter zake kundig. Voor een specifieke voorlichtingsrol over biociden zal het echter een aanvullende opleiding moeten krijgen. Dit brengt directe kosten voor de opleiding en inkomstenderving voor niet-gewerkte uren met zich mee.

3.6.3 Effecten van biociden achter de toonbank

Verwacht wordt dat verkoop achter de toonbank een belangrijk negatief effect op de omzet zal hebben. Zo betekent het hebben van een toonbank minder schapruimte, met een lagere omzet tot gevolg. De verminderde toegankelijkheid van biociden zal een drempel voor de verkoop opwerpen. En ook verwacht men indirecte negatieve effecten, zoals lagere verkoop van nevenproducten en een weglek van klanten naar andere winkels. De overall consequentie zal zijn dat de opbrengst van biocide producten te klein wordt en dat rationalisatie van het assortiment zal plaatsvinden.

De gevolgen van dit alles voor gezondheid en milieu worden als neutraal of licht negatief ingeschat. Het gebruik van dit type producten is probleemgestuurd; de verkoop zal dus blijven bestaan maar deels verschuiven naar andere verkoopkanalen (internet en buitenland). Daarnaast verwacht men een verschuiving naar het gebruik van niet geschikte en/of huis-tuin-en-keuken middelen.

3.7 Watersportwinkels

3.7.1 Watersportwinkels en biociden

In watersportwinkels betreft de verkoop van biociden hoofdzakelijk anti-fouling. Dit zijn coatings die op de romp van vaartuigen worden aangebracht om de aangroei van micro-organismen, algen, mosselen etc. tegen te gaan. Deze aangroei (fouling) belemmert de vaart en manoeuvreerbaarheid van het schip en tast uiteindelijk ook het schip zelf aan. Bijkomende effecten van fouling zijn hoger brandstofverbruik en ongewenste verspreiding van organismen. Veel van de in het verleden toegepaste anti-fouling producten waren schadelijk voor het milieu. De laatste decennia wordt gewerkt aan minder milieuvriendelijke anti-fouling. In 1990 zijn anti-fouling op basis van

organotinverbindingen voor de pleziervaart verboden. In 1996 volgde een verbod op PAK-houdende producten. In 2001 werden koperhoudende anti-fouling voor recreatievaartuigen verboden; dit verbod is in 2005 weer teruggedraaid. Momenteel wordt 85% van de recreatievaartuigen behandeld met kopervrije coatings (Deltares/TNO, 2013). Aangegeven wordt dat de in dit verband gebruikte hoeveelheden (een producent schat het verbruik op 150.000 liter per jaar) slechts een fractie is van de hoeveelheid in de beroepsvaart en offshore gebruikte middelen (die veelal schadelijker zijn).

Anti-fouling worden jaarlijks in het voorjaar door alle plezierjachteigenaars aangeschaft en aangebracht. Het gaat om een relatief duur product, van impulsaankoop is geen sprake. De geraadpleegde leveranciers en detaillisten in deze sector geven aan dat de eindgebruikers de gevaareigenschappen van de producten die ze gebruiken kennen, en ook weten hoe ze hier verantwoord mee om moeten gaan. Men is op de hoogte van de noodzaak van ventilatie, handschoenen, mondkapjes en gebruik van de juiste schuurmiddelen.

Watersportwinkels worden gekenmerkt door een zelfbedieningsformule, personeel met kennis van de watersportwereld en persoonlijk contact met en advies aan de klanten, vooral bij niet-routine aankopen. Routine aankopen gebeuren in toenemende mate via internet.

3.7.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

Een verplichting om biociden i.c. anti-fouling achter de toonbank te verkopen, plaatst watersportwinkels voor een aantal problemen. In het piekseizoen zijn de hoeveelheid en omzetsnelheid van anti-fouling zo hoog dat hiervoor achter een toonbank (als die er al is) onvoldoende ruimte is en dat logistieke problemen ontstaan met het op peil houden van de winkelvoorraad. Nu is er meestal sprake van enige pallets die in de loop staan opgesteld. De benodigde herinrichting van de winkel zou hoge kosten met zich meebrengen. Ook de vereiste constante aanwezigheid van personeel bij de toonbank brengt meerkosten mee.

Een eventuele opleidingsverplichting voor het verkopend personeel zou nauwelijks consequenties hebben. Ook nu gaan zij al stevast naar trainingsbijeenkomsten die de diverse verfproducenten hen kosteloos (in het kader van relatiebeheer en 'responsible care') aanbieden.

3.7.3 Effecten van 'biociden achter de toonbank'

Een verplichting tot verkoop van achter de toonbank zal geen invloed hebben op het aanbod van watersportwinkels, noch op de hoeveelheid gebruikte anti-fouling door plezierjachteigenaren. Voor de winkels vormen anti-fouling – en de daarbij meeverkochte producten – een vitaal onderdeel van de omzet, men zal het assortiment daarom ongewijzigd laten. Ook de vraag is weinig elastisch, booteigenaren zullen het foulingprobleem willen oplossen, linksom of rechtsom.

Wel wordt een negatief effect op de omzet gevreesd, als gevolg van de hogere kosten die winkeliers in de winkelprijs van anti-fouling zullen verdisconteren en van de – geringe – drempel die verkoop achter de toonbank opwerpt (een effect dat ook doorwerkt in een terugloop van meeverkochte artikelen). Consumenten zullen uitwijken naar het buitenland en naar internet, waar deze drempel er niet zal zijn en waar ook geen meerkosten

verdisconteerd hoeven te worden. Ook verwacht men dat consumenten zullen uitwijken naar andere relatief makkelijk verkrijgbare producten, variërend van schadelijke huis-tuin-en-keuken middelen (genoemd wordt melkvet met niet toegelaten antibiotica) tot middelen die alleen zijn toegelaten voor de beroepsvaart. Bij het eerdere verbod van koperhoudende anti-fouling zijn soortgelijke bewegingen waargenomen.

Op grond van dit alles voorziet men een negatief effect voor gezondheid en milieu, doordat meer gebruikers hun producten zullen aanschaffen via kanalen waarlangs geen deskundig advies wordt gegeven en (ook) producten verkrijgbaar zijn die niet voor dit doeleinde op de Nederlandse markt zijn toegelaten. Watersportwinkels die de eventuele 'achter de toonbank'-verplichting naleven, prijzen zich daarmee uit de markt.

3.8 Levensmiddelenwinkels

3.8.1 Levensmiddelenwinkels en biociden

Levensmiddelenwinkels zijn veelal grotere ketens met een productaanbod in food en non-food. Het totale assortiment is groot en divers. De biocideproducten in dit type winkels betreffen o.a. middelen tegen insecten (mieren, motten, zilvervisjes, e.d.), schoonmaak- en onderhoudsproducten (anti-schimmel, anti-groene aanslag), desinfecterende doekjes, insectenwerende producten (DEET) en producten voor huisdieren. Een deel van het aanbod varieert in omvang per seizoen, bijvoorbeeld muggenwerende producten. De producten worden door de winkel verspreid aangeboden. Per winkel is het aanbod van biocide producten op het totale aanbod klein, maar hier staat tegenover dat het totaal aantal winkels groot is. Wel kan de totale ingenomen schapruimte door biociden, afhankelijk van het winkeltype, aanzienlijk zijn.

De winkels kennen een zelfbedieningsconcept en zijn variabel in grootte. Veel winkels hebben een service counter van waarachter geselecteerde producten worden verkocht. Het gaat hierbij meestal om specifieke serviceproducten, rookwaren en diefstalgevoelige artikelen. De ruimte achter de servicebalie is beperkt.

3.8.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

De inrichting van levensmiddelenwinkels leent zich maar beperkt voor verkoop van artikelen vanachter een toonbank. Het concept van zelfbediening is leidend. Om verkoop van biociden vanachter een toonbank mogelijk te maken zou verbouwing van de winkels noodzakelijk zijn. Deze omvat de stappen: herontwikkelen van een deel van de winkel layout op centraal niveau, aanpassen en vergroten van de counter en herinrichten van een deel van de winkel. De kosten hiervoor worden als zeer aanzienlijk ingeschat.

Ook de kosten voor het opleiden van personeel zijn naar verwachting aanzienlijk. Het aantal mensen dat bij een vestiging werkt is in veel gevallen groot, waarbij ook nog sprake is van een groot verloop onder het personeel.

3.8.3 Effecten van 'biociden achter de toonbank'

De verwachting is dat verkoop van biociden van achter de toonbank een negatief effect op de omzet zal hebben. De belangrijkste verwachte effecten op de omzet zijn direct. Zo zal een toonbank ruimte innemen waardoor minder schapruimte beschikbaar is, met omzetzijning

als gevolg. Verder leert de ervaring in dit winkeltype dat een vrije verkoop van producten tot substantieel hogere omzetten leidt dan verkoop van achter een toonbank. De combinatie van gestegen kosten en verminderde omzet zal tot een heroverweging van het biocide aanbod in dit type winkels leiden. Verwijdering uit het assortiment is zeker niet uitgesloten.

Men verwacht geen grote gevolgen voor milieu en of gezondheid door biociden achter een toonbank te gaan verkopen. Consumenten zoeken en gebruiken deze producten om een probleem op te lossen. De verwachting is daarom dat het minder toegankelijk maken van dit type producten in een winkelsetting, voornamelijk zal leiden tot een verschuiving van verkoopkanaal. Het overall milieu- en gezondheidseffect wordt daarmee als neutraal ingeschat.

3.9 Volkstuinwinkels

3.9.1 Volkstuinwinkels en biociden

Er zijn in Nederland ongeveer 600–650 volkstuinverenigingen, waarvan er 215 zijn aangesloten bij de AVVN (Algemene Vereniging van Volkstuinen Nederland). Ongeveer driekwart van de volkstuinlocaties beschikt over een winkel waarin o.a. gewasbeschermingsmiddelen en biociden verkocht worden. Deze winkels hebben een beperkte openingstijd (meestal in het weekend en alleen in het voorjaar en de zomer). Ze worden gerund door vrijwilligers. Deze leggen verantwoording af aan het bestuur van de volkstuinvereniging.

De biociden en gewasbeschermingsmiddelen nemen ongeveer 2 tot 6 meter schap per winkel in beslag. De biociden zijn vrijwel uitsluitend plaagbestrijdingsmiddelen. In de bezochte winkels blijkt de omzet van deze producten uitermate laag te zijn. Men praat over een handvol producten per jaar. Volkstuinwinkels die lid zijn van het door de AVVN uitgegeven keurmerk verkopen uitsluitend biologische producten. De andere volkstuinwinkels verkopen daarnaast ook chemische producten. Naar verluidt worden soms meer biocideproducten ingekocht (al dan niet in combinatie met gewasbeschermingsmiddelen) dan waar vraag naar is; bij één van de bezochte winkels was dit het geval.

De volkstuinwinkels zeggen op zichzelf voorstander te zijn van een verplichting tot verkoop van biociden van achter de toonbank. Tegelijkertijd zien ze dat deze middelen bij hen uit de schappen gaan verdwijnen, zowel door de zeer geringe vraag als door de mogelijke consequenties van zo'n verplichting. Voorts blijkt dat jongere leden van de volkstuinverenigingen minder sierbloemen telen en meer moestuinen houden. Dit mede in verband met een groeiende hang naar meer biologisch verbouwde producten. Hierdoor bestaat er minder behoefte aan het gebruik van chemische middelen in het algemeen.

3.9.2 Consequenties van 'biociden achter de toonbank' voor winkels en personeel

Volkstuinwinkels hebben een klein assortiment. In een aantal winkels bevinden de schappen zich al achter een toonbank, ter voorkoming van misbruik. Volkstuinwinkels hebben geen mogelijkheid om investeringen te doen, noch is aannemelijk dat de vrijwillige medewerkers van deze winkels een cursus over biociden (willen) volgen. De consequentie zal zijn dat de biociden versneld uit de schappen zullen verdwijnen.

3.9.3 Effecten van 'biociden achter de toonbank'

Mochten leden van een volkstuinvereniging een probleem in hun tuin ondervinden waarvoor zij niet bij de eigen volkstuinwinkel terecht kunnen, dan zullen zij naar verwachting hun probleem via andere kanalen proberen op te lossen (winkel, internet). Het overall te verwachten effect op milieu en gezondheid is dus neutraal.

3.10 Overzicht over de verschillende sectoren

In de voorgaande paragrafen zijn per sector resp. handelskanaal de eventuele gevolgen beschreven van een 'achter de toonbank'-verplichting in termen van te verwachten meerkosten, veranderingen in assortiment en omzet, milieu- en gezondheidseffecten en draagvlak voor de maatregel. De onderstaande tabel geeft een schematisch overzicht van de bevindingen.

Tabel 6. Gevolgen 'achter de toonbank'-verplichting bij verschillende sectoren detailhandel

	Kosten herinrichting	Kosten opleiding	Δ assortiment	Δ omzet	Milieu / gezondheidseffect	Draagvlak maatregel
Drogisterijen	+ ¹	+	0/- ¹	- ¹	0/- ¹	- ¹
Doe-het-zelf winkels	++	+	--	--	0/-	--
Tuincentra	++	+	-- ²	- ²	0/- ²	- ²
Dierenspecialzaken	0	0	0	0	+	+
Specialzaken buitenleven	++	+	-	--	0/-	--
Watersportwinkels	++	0	0	-	0/-	--
Levensmiddelenwinkels	++	++	--	-	0/-	--
Volkstuinwinkels	0	0	- ³	-	0	+ ³

¹ Verschillen in draagvlak en inschatting effecten bij automatische kassacheck in plaats van 'achter de toonbank'-verplichting (van positief tot irritatie bij de klant)

² Meer draagvlak en positiever ingeschatte effecten als gewasbeschermingsmiddelen voor particulieren niet verboden zouden worden

³ Verwachting is dat biociden – met instemming – helemaal uit het assortiment verdwijnen

Zichtbaar is dat bijna over de volle breedte (met uitzondering van dierenspecialzaken en volkstuinwinkels) kosten voor herinrichting en opleiding moeten worden gemaakt. Het gaat hier om bedragen variërend van enkele duizenden tot ruim een ton Euro per winkel.

Ook zijn er meerkosten voor opleiding. Deze zijn er vooral bij winkels met grotere hoeveelheden personeel met relatief veel verloop (levensmiddelenwinkels) en minder bij winkels met personeel met vakkennis.

In meerdere sectoren wordt een uitdunning van het assortiment en een omzeteffect verwacht; zowel qua biociden als qua meeverkochte artikelen.

Overigens is zijdelings geconstateerd dat niet alle winkels overzien in welke breedte biociden onderdeel zijn van hun assortiment. Ook blijkt het in een enkele sector lastig biociden, (dier-)geneesmiddelen en andere chemicaliën uit elkaar te houden.

Het milieu- en gezondheidseffect wordt over het algemeen, vanwege verwacht gebruik van andere middelen en/of aanschaf via andere kanalen, als negatief ingeschat.

Er is weinig draagvlak bij de bedrijven. Alleen dierenspecialisten staan positief tegenover de maatregel (naast volkstuinwinkels, die biociden zelf al uit het assortiment verwijderen). Daarnaast is een aantal tuincentra geïnteresseerd om een verdergaande adviesrol te vervullen voor verantwoorde oplossingen voor plantenziekten, onkruid, plaagdieren en dergelijke. Deze geven evenwel aan dat, bij een verbod op verkoop van gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren, de omzet in en opbrengst van alleen biociden te laag is om investeringen in de benodigde winkelaanpassing voor verkoop van achter de toonbank te rechtvaardigen.

4. De internationale context

4.1 Biociden achter de toonbank in het buitenland?

Zoals in het inleidende hoofdstuk is beschreven, opent de motie Ouwehand (33 490, nr. 10) met de constatering ‘dat in Denemarken de verkoop van bestrijdingsmiddelen en biociden aan particulieren alleen vanachter de toonbank is toegestaan, waarbij deze middelen in gesloten kasten zijn opgeborgen’. Om de precieze achtergronden, overwegingen, opvattingen en effecten in beeld te krijgen die aan de orde zijn (geweest) bij deze Deense aanpak en wellicht ook elders ter wereld, is hier een apart onderdeel van het onderzoek aan gewijd. Door middel van literatuuronderzoek en interviews is nagegaan waar ter wereld van een dergelijke verplichting sprake is en wat de achtergronden en ervaringen hierbij zijn.

Het is gebleken dat nergens in het buitenland bij de verkoop van biociden aan particulieren sprake is van een ‘achter de toonbank’-verplichting. Wel biedt de Deense wetgeving zoals die sinds halverwege 2013 van kracht is,¹² de Deense overheid de mogelijkheid zo’n verplichting (voor biociden en gewasbeschermingsmiddelen) op te leggen. Daarin wijkt de Deense situatie niet af van die in Nederland (zoals beschreven in paragraaf 2.4 van dit rapport). Vooralsnog heeft de Deense overheid echter geen concrete plannen voor een dergelijke verplichting met betrekking tot de verkoop van biociden aan particulieren.

Wel is er een aantal landen waar voor de verkoop van gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren van een ‘achter de toonbank’-verplichting sprake was (België), is (Duitsland) of gaat zijn (Denemarken), en waar in dat verband opleidingseisen aan verkopend personeel worden gesteld.¹³ In de volgende paragrafen gaan we nader in op de situatie in de genoemde landen, gezien de relevantie van de plannen en ervaringen aldaar voor een eventueel Nederlands voornemen ten aanzien van biociden.

4.2 Denemarken

In Denemarken is halverwege 2013 een wet van kracht geworden die de Deense overheid in staat stelt een ‘achter de toonbank’-verplichting op te leggen voor verkoop van biociden en gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren. Dit als eerste stap in de ten uitvoerlegging van het voornemen uit de ‘Pesticides strategy 2013-2015’¹⁴ om de druk van pesticiden op particuliere tuinen terug te brengen. In vervolg hierop zijn producenten van gewasbeschermingsmiddelen – per brief van 2 oktober 2013 – betrokken bij een nieuwe indeling van in Denemarken toegelaten pesticiden voor professioneel en voor niet-professioneel gebruik. In vervolg daarop zal eind 2013 / begin 2014 een publieke consultatie plaatsvinden van een voorstel tot regulering van verkoop van gewasbeschermingsmiddelen voor niet-professioneel gebruik van achter de toonbank. Naar verwachting zal de definitieve regeling per 1 februari worden gepubliceerd. Per januari 2015 wordt de regeling van kracht, zodat detaillisten de tijd hebben gehad winkelaanpassingen te plegen en voorraden op te maken.

¹² ‘Lov om ændring af lov om kemikalier; LOV nr 489 af 21/05/2013 gældende.’

¹³ Anders dan ons in eerste aanleg gemeld was, blijkt hiervan in Noorwegen geen sprake te zijn. Wel geldt in Noorwegen dat alleen gebruiksklare (ready for use) gewasbeschermingsmiddelen vrij op de consumentenmarkt beschikbaar mogen zijn.

¹⁴ *Protect water, nature and human health; pesticides strategy 2013-2015*; Danish EPA, February 2013

Verkopers van gewasbeschermingsmiddelen zijn verplicht een specifieke opleiding / certificaat te hebben. Degenen die alleen aan niet-professionele gebruikers verkopen, dienen een voorgeschreven cursus van 7,4 uur te volgen (1 dag zonder examen). Iedere vier jaar dient een opfriscursus van 4 uur gevolgd te worden. De eerste cursussen beginnen januari 2014. November 2015 moet al het verkooppersoneel een cursus hebben gevolgd. Alleen personeel met een certificaat is het toegestaan gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren te verkopen.

In de aanloop naar de uitvoering van deze plannen heeft de Deense overheid meermalen overleg gehad met belanghebbenden (laatstelijk 23 oktober 2013). Daarin zijn diverse zorgen over het nieuwe 'achter de toonbank'-systeem geuit, onder meer over de kosten voor verbouwing en opleiding, de risico's van vervanging door schadelijker producten en chemicaliën en de risico's van internet en parallelimport. Ook is besproken dat het voor de consument niet altijd duidelijk is dat het illegaal is gewasbeschermingsmiddelen over de grens te kopen (zoals ook bij alcoholproducten wel gebeurt).¹⁵

Een afzonderlijk risico dat als mogelijk gevolg van een 'achter de toonbank'-verplichting wordt genoemd, is een trend richting verkoop van gewasbeschermingsmiddelen in concentraatvorm, aangezien deze in kleinere verpakking komen en dus minder ruimte achter de toonbank innemen. Deze producten brengen een groter risico van overdosering door consumenten met zich mee, waardoor het uiteindelijke milieueffect averechts zou kunnen zijn. Van industriezijde is een (niet geheel consistent) overzicht gepresenteerd waaruit zou blijken dat naarmate landen de verkoop van gewasbeschermingsmiddelen aan consumenten meer reguleren, er een groter aandeel producten in concentraatvorm wordt verkocht.

In het overleg met belanghebbende partijen zijn geen bezwaren van juridische aard opgeworpen, noch zijn deze in de praktische voorbereiding van de wetgeving naar voren gekomen.

De indruk van de Deense overheid is dat de Deense detailhandel de nieuwe maatregelen accepteert. Wel heeft een grote levensmiddelenketen aangekondigd gewasbeschermingsmiddelen uit het assortiment te zullen nemen.

De redenen dat in Denemarken dit type maatregelen wél worden genomen voor gewasbeschermingsmiddelen en niet voor biociden, zijn dat men aan de aanpak van de eerste een hogere prioriteit toekent, dat de markt en het gebruik van biociden meer divers en complex zijn, en dat er minder inzicht is in de verkoop en het gebruik van biociden. De Deense Vereniging voor Natuurbehoud is meer geïnteresseerd in beleid voor gewasbeschermingsmiddelen (dan voor biociden), omdat deze op grotere schaal worden gebruikt en grote invloed hebben op de drinkwatervoorziening en biodiversiteit.

¹⁵ Er zijn naar verluid zelfs al gevallen waarin bedrijven over de grens adverteren met alcohol, tabak en pesticiden.

4.3 Duitsland

In Duitsland is de verplichting om gewasbeschermingsmiddelen van achter de toonbank aan particulieren te verkopen al ruim vijftig jaar de praktijk. Deze verplichting is wettelijk geregeld in de ‘Pflanzenschutz Gesetz’, waarin kortweg staat dat gewasbeschermingsmiddelen niet via automaten of door andere vormen van zelfbediening in de handel mogen worden gebracht.¹⁶ De verkoper moet in het bezit zijn van een certificaat dat aangeeft dat hij ter zake opgeleid is (‘Verkaufssachkunde Pflanzenschutz’; artikel 9 van de Pflanzenschutz Gesetz¹⁷); een opleiding die hij ten minste eens in de drie jaar ververst.

De ervaringen met deze verplichting in Duitsland zijn goed, stelt een zegsman van het betrokken Bundesministerium.¹⁸ Het geeft bedrijven de gelegenheid om advies te geven en consumenten waarden dat. Juist bij dit soort zaken willen mensen advies over hoe ze hun probleem kunnen oplossen, aldus deze persoon. De verplichting als zodanig is overigens niet geëvalueerd.

Ook de Duitse tuinbranche is – inmiddels – positief over deze verplichting. Een zegsman van de Zentralverband Gartenbau: “In het begin, toen de verplichting van kracht werd, waren er klachten. Inmiddels is iedereen gewend geraakt aan deze manier van werken. Het is normaal geworden. Wel zijn er klachten over internetverkoop, waar producten goedkoper, in grotere hoeveelheden en zonder deskundig advies worden verkocht. De Tuinbranche streeft niet naar afschaffing van deze verplichting. De samenleving zou niet begrijpen waarom bedrijven niet aan deze verplichting zouden willen voldoen. Afschaffing komt niet ten goede aan het imago van gewasbescherming.”

Er zijn voornamelijk geen plannen de ‘achter de toonbank’-verplichting uit te breiden richting biociden. Dat heeft minder prioriteit. De verantwoordelijkheid daarvoor ligt bij het Duitse milieuministerie, dat op dit moment nog wacht op Europese regelgeving op dit gebied. Er is in Duitsland weinig maatschappelijk debat over biociden.

4.4 België

In België was tot voor kort sprake van een indeling in drie klassen gewasbeschermingsmiddelen: (1) niet geklasseerd, voor iedereen vrij beschikbaar, (2) klasse A, alleen voor professioneel gebruik, en (3) klasse B, (ook) beschikbaar voor niet-professionele gebruikers, maar alleen in de detailhandel vanuit een afgesloten vitrinekast te verkopen. Ook diende de verkoper erkend te zijn en daarvoor een toelatingsexamen afgelegd te hebben.

Vorig jaar is deze indeling vervangen door een indeling in twee klassen, één voor professioneel gebruik en één voor niet-professioneel gebruik. Die laatste klasse bestaat uit

¹⁶ Artikel 23 Pflanzenschutz Gesetz: “Pflanzenschutzmittel dürfen nicht durch Automaten oder durch andere Formen der Selbstbedienung in den Verkehr gebracht werden.”

¹⁷ Artikel 9 lid 1: “Eine Person darf nur 1. Pflanzenschutzmittel anwenden, 2. über den Pflanzenschutz im Sinne des Artikels 3 Nummer 3 der Richtlinie 2009/128/EG beraten, 3. Personen, die Pflanzenschutzmittel im Rahmen eines Ausbildungsverhältnisses oder einer Hilfstätigkeit anwenden, anleiten oder beaufsichtigen, 4. Pflanzenschutzmittel gewerbsmäßig in Verkehr bringen oder 5. Pflanzenschutzmittel über das Internet auch außerhalb gewerbsmäßiger Tätigkeiten in Verkehr bringen, wenn sie über einen von der zuständigen Behörde ausgestellten Sachkundenachweis verfügt.”

¹⁸ Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV).

minder producten dan die vroeger voor de consumentenmarkt waren toegelaten. Deze producten moeten nu voldoen aan strengere eisen qua gevaareigenschappen, verpakking, etikettering en maximaal volume. De producten uit deze klassen mogen vrij verkocht worden, zij het dat wel nog steeds geldt dat de verkoper een opleiding en licentie moet hebben, de zgn. 'fytolicensie'.¹⁹ Tot 16 november 2015 is sprake van een overgangperiode, daarna geldt alleen nog de nieuwe indeling.

In België zijn er vooralsnog geen plannen om soortgelijke maatregelen te treffen voor biociden. Men wijst op de diversiteit van de sector, op de vele distributiekkanalen waarlangs biociden worden verkocht en de grote consequenties voor de betrokken bedrijven van een verplichting om in een toonbank met specifiek personeel te voorzien. Men zou meer zicht moeten hebben op de biocidenmarkt en op de risico's van de verschillende producten, met een goede en onbetwistbare indicator. Dat ontbreekt momenteel in België.

¹⁹ Zie www.fytolicensie.be.

5. Conclusies

In dit rapport is verslag gedaan van de bevindingen van onderzoek naar de gevolgen van en opvattingen over een eventuele verplichting tot verkoop van biociden aan consumenten van achter de toonbank. Op grond van de gerapporteerde bevindingen concluderen we het volgende.

- Een verplichting tot verkoop van biociden van achter de toonbank lijkt overwegend averechts uit te pakken qua gezondheids- en milieueffect. De negatieve gecombineerde impact van inkrimping van assortimenten en verschuivingen naar schadelijker alternatieven en naar internet lijken te gaan overheersen. Daarbij speelt een rol dat het gebruik van biociden sterk probleemgestuurd is en dat van een impulsaankoop van biociden zelden sprake is. Indirect zou de maatregel wel iets kunnen bijdragen aan een verschuiving naar niet-chemische middelen.
- De verplichting brengt voor de meeste bedrijven aanzienlijke investeringen en kosten met zich mee. Voor een deel van de bedrijven zou dit aanleiding zijn het biocidenassortiment uit te dunnen. In de tuinbranche is dit in het bijzonder het geval als er ook een verbod komt op de verkoop van gewasbeschermingsmiddelen aan particulieren. Daarnaast kan ook strijdigheid met de winkelformule een aantal bedrijven doen besluiten (een deel van de) biociden uit het assortiment te nemen.
- Regulering en vooral handhaving van onwenselijke internethandel in biociden is weerbarstig. Als gevolg daarvan dreigt regulering over de band van de fysieke verkoop door de detailhandel grotendeels ineffectief te blijven, terwijl dit wel ten koste gaat van de positie van de detailhandel, aldus de bedrijven.
- In juridische zin zijn er geen beletsels voor een ‘achter de toonbank’-verplichting zoals voorgesteld. De Wet Gewasbeschermingsmiddelen en Biociden biedt hiertoe de mogelijkheid. Van handelsbelemmering lijkt in juridische zin geen sprake.
- In het buitenland is nergens sprake van een verplichting tot verkoop van biociden van achter de toonbank. Wel is dit in een aantal landen het geval bij gewasbeschermingsmiddelen. Dat deze landen eenzelfde verplichting niet voor biociden invoeren, heeft te maken met prioriteitsstelling en met de grotere diversiteit en complexiteit van de biocidenmarkt.
- Er is bij een groot deel van het bedrijfsleven en bij de grootste consumentenorganisatie nauwelijks draagvlak voor een ‘achter de toonbank’-verplichting. Men mist een onderliggende analyse waaruit zou blijken dat biociden met de huidige wijze van toelaten en in de handel brengen een onaanvaardbaar risico, resp. méér risico dan andere huishoudchemicaliën met zich meebrengen. Men benadrukt de nuttige functie die biociden vervullen, juist ook bij hygiëne- en milieuproblemen. Men geeft aan dat met de maatregel in zekere zin informatie (van de fabrikant, productvergelijkende informatie) aan consumenten onthouden wordt.

Bij de milieubeweging is wel draagvlak voor de voorgestelde maatregel. Men stelt dat de meeste biociden niet specifiek ontworpen zijn voor gebruik door niet-professionals, wat pleit voor aangescherpte voorzorg richting consumenten.

Alle betrokkenen wijzen naar het Ctgb als de instantie die in de eerste plaats onaanvaardbare risico's moet adresseren.

- Bij het onderzoek is een aantal aanknopingspunten gesignaleerd voor bevordering van (nog) zorgvuldiger gebruik van biociden. Zo zien meerdere sectoren en bedrijven uiteenlopende mogelijkheden voor voorlichting aan en advisering van de consument (algemene voorlichting, kassacheck of toonbankadvisering).

Bijlage 1: Geraadpleegde bronnen

Geraadpleegde literatuur

- Deltares/TNO (in opdracht van Rijkswaterstaat - WVL); *Emissieschattingen Diffuse bronnen; Antifouling recreatievaart*. Versie mei 2013.
- Knight, D.J. and M. Cooke (eds.); *The Biocides Business; Regulation, Safety and Applications*. Wiley-VCH Verlag GmbH Co. Weinheim, 2002.
- Luxan; *Oplossingen voor ziekten en plagen*. Katwijk, ongedateerd.
- Miljøministeriet (Denemarken); *The Agricultural Pesticide Load in Denmark 2007-2010*. Copenhagen, 2012.
- Miljøministeriet (Denemarken); *Protect water, nature and human health strategy 2013-2015; Copenhagen, 2013*.
- Nationaal Vergiftigingen Informatie Centrum (NVIC); *Acute vergiftigingen bij mens en dier; jaaroverzicht 2011*. UMC Utrecht, 2012.
- SIRA Consulting / Van der Kolk Advies; *Nederlandse Impact Assessment Biocidenverordening; Een onderzoek naar de gevolgen van de invoering van de Biocidenverordening voor het Nederlandse bedrijfsleven*. Nieuwegein, 2010.
- Tuinbranche Nederland; *Bestrijding volgens het boekje, 10 tips voor een verantwoorde aanpak van onkruid, plantenziekte en ongedierte*. Driebergen, ongedateerd.

Geraadpleegde personen

W. Asseldonk	D.I.O. drogisterij De Vlinder, Schijndel
G. van Berkum	Akzo Coatings / International paint – producent van anti-fouling coatings
K. Beart	PAN Europe – actienetwerk gericht op het minimaliseren van negatieve effecten van bestrijdingsmiddelen
H. Brinkjans	Zentralverband Gartenbau, Duitsland
S. Canger	Ministerie van Milieu, Denemarken
A. de Cock	Ministerie van Milieu, sectie gewasbeschermingsmiddelen, België
R. Doornbos	ECOstyle – producent en leverancier van biociden
J. Cobussen	Tuincentrum Groenrijk, Beneden-Leeuwen
G. Drenth	Tuincentrum Tuinland, Zwolle
A. Fjelsted	Ministerie van Milieu, Denemarken
R. Groenewegen	Tuincentrum de Huifkar, Mijdrecht
F. van der Heide	Tuinbranche Nederland – belangenorganisatie van ondernemers in de tuinbranche
R. Hoevenaar	NVZ-Nedefa - Belangenorganisatie van producenten en importeurs van desinfectiemiddelen
M. Hummel	CBD - Centraal Bureau Drogisterijbedrijven
G. Jonkers	VVVF – belangenorganisatie van producenten in de verf- en drukinktindustrie; VLK – belangenorganisatie van producenten van lijmen en kitten
M. Lahaye	Ministerie van Milieu, sectie biociden, België

E. Leenknecht	Praxis bouwmarkten
P. van der Linden	Bayer – producent/leverancier van biociden
R. Lundsgaard	Danmarks Naturfredningsforening
R. Marapengopi	Volkstuinvereniging Zaandam
J. Meerveld	A.S. Watson, Renswoude
S. van Paridon	Ahold Europe
N. Paulisse	Volkstuinvereniging Zaandam
A. Ploeg	Dibevo – belangenorganisatie voor ondernemers in de gezelschapsdierenbranche
C. Popkema	DCM – producent/leverancier van biociden
W. Postma	Tuincentrum Tuinland, Zwolle
M. Prins	Dekker Watersport, Zaandam
H. Razenberg	NVZ en Nedefa - Belangenorganisatie van zeep en reinigingsmiddelenfabrikanten en van producenten en importeurs van desinfectiemiddelen
F. Reijerkerk	Tuincentrum Groenrijk, Nieuw Vennep
E. Schipper	VWDHZ/Intergamma – belangenorganisatie van de DHZ-branche
R. Siteur	Ahold Europe Quality
B. van Surksom	Ahold Europe Quality
D. Tuijnman	Akzo Coatings / International paint – producent van anti-fouling coatings
H. Vaessen	A.S. Watson, Renswoude
E. Veenendaal	Formido Bouwmarkten
G.J. Huis in 't Veld	Consumentenbond
J. Van de Ven	Vertegenwoordiger van de Speciaalzaken Buitenleven
S. Vos	Tuincentrum Tuinland, Zwolle
H. Vroklage	AVVN – belangenorganisatie van hobbytuinders
L. Vrolijk	Vrolijk watersport – eigenaar van een watersportwinkel
J. Walstra	Milieudefensie
W. Weide	Raad Nederlandse Detailhandel – koepelorganisatie voor de detailhandel
E. Welleman	Groenrijk Tuincentra
D. van der Zon	CBD - Centraal Bureau Drogisterijbedrijven
W. Zornbach	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
H. Zwart	ECOstyle – producent en leverancier van biociden

Bijlage 2: Workshopverslag

Inleiding

In opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu heeft Bureau KLB in samenwerking met IVAM CR onderzoek gedaan naar de mogelijke gevolgen en opvattingen over een eventuele verplichting tot verkoop van biociden achter de toonbank. Als onderdeel van het onderzoek zijn de resultaten - van zowel de interviews met de belangenorganisaties als van de casestudies bij verschillende individuele bedrijven – in een workshop voorgelegd aan en besproken met de verschillende belangenvertegenwoordigers. De workshop vond plaats in Den Haag op 26 november 2013. De resultaten van de workshop zijn opgetekend in dit verslag.

Aanwezigen

Bij de workshop waren de onderstaande vertegenwoordigers aanwezig.

Naam	Organisatie
Vertegenwoordigers en belangenbehartigers	
Dhr. Doornbos	ECOstyle – producent en leverancier van biociden
Dhr. Tuijnman	Akzo Coatings/International paint – producent van anti-fouling coatings
Dhr. Ploeg	Dibevo – belangenorganisatie voor ondernemers in de gezelschapsdierenbranche
Dhr. Vrolijk	Vrolijk watersport – eigenaar van een watersportwinkel
Dhr. Hoevenaar	NVZ-Nedefa - Belangenorganisatie van producenten en importeurs van desinfectiemiddelen
Dhr. Welleman	Vertegenwoordiger van Groenrijk Tuincentra
Dhr. Van de Ven	Vertegenwoordiger van de Speciaalzaken Buitenleven
Dhr. Weide	Raad Nederlandse Detailhandel – koepelorganisatie voor de detailhandel
Dhr. Schipper	VWDHZ/Intergamma – belangenorganisatie van de DHZ-branche
Dhr. Jonkers	VVVF – belangenorganisatie van producenten in de verf- en drukinktindustrie VLK – belangenorganisatie van producenten van lijmen en katten
Dhr. Popkema	DCM – producent/leverancier van biociden
Dhr. van der Linden	Bayer – producent/leverancier van biociden
Dhr. Vroklage	AVVN – belangenorganisatie van hobbytuinders
Dhr. Beart	PAN Europe – actienetwerk gericht op het minimaliseren van negatieve effecten van bestrijdingsmiddelen
Mevr. van der Zon	CBD - Centraal Bureau Drogisterijbedrijven
Dhr. Van der Heide	Tuinbranche Nederland – belangenorganisatie van ondernemers in de tuinbranche
Opdrachtgever en begeleidingscommissie	
Mevr. Nelemans	Ministerie van Infrastructuur en Milieu
Dhr. Hes	Platform Biociden – belangenorganisatie van producenten en gebruikers van biociden
Onderzoekers	
Dhr. Le Blansch	Bureau KLB
Dhr. Krop	IVAM CR
Dhr. Van Oijen	IVAM CR
Dhr. Westra	Bureau KLB

Opening en toelichting

Kees Le Blansch zit de bijeenkomst voor en geeft een toelichting op de inhoud van workshop en op de wijze waarop met de opbrengsten van de workshop zal worden omgegaan.

- De onderzoekers presenteren hun onderzoeksbevindingen en bespreken die met de aanwezigen. De aanwezigen krijgen zo de gelegenheid om inhoudelijk te reageren en eventuele aanscherpingen en verbeteringen voor te stellen.
- Eventuele aanpassingen en aanscherpingen worden meegenomen in de eindrapportage.
- Het verslag van de workshop zal een integraal onderdeel uitmaken van de eindrapportage aan de opdrachtgever.

De inhoudelijke opzet van de workshop is als volgt:

- Over het onderzoek (doel, achtergrond, vraagstelling, gehanteerde aanpak en randvoorwaarden)
- Algemene bevindingen (reacties van belangengroepen en enige algemene lijnen)
- Intermezzo: stellingen
- Sectorspecifieke bevindingen
- Internationale context
- Conclusies

Over het onderzoek en algemene bevindingen

Hildo Krop van IVAM CR geeft een toelichting op het doel en de aanpak van het onderzoek en schetst enige algemene bevindingen. Naar aanleiding van deze presentatie worden de onderstaande opmerkingen gemaakt.

Over de betrokkenheid van de verschillende belangengroeperingen

- Er vindt enige discussie plaats over of alle - en de juiste - belanghebbenden zijn betrokken en geconsulteerd in het onderzoek. Een constatering is dat in ieder geval de ambulante handel als mogelijke partij en kanaal nog benoemd moet worden. Een aantal belangrijke partijen zijn niet rechtstreeks geconsulteerd in het onderzoek maar men stelt vast dat deze in voldoende mate zijn betrokken en afgedekt door de bijdragen van de verschillende belangenorganisaties: HEMA en Blokker door betrokkenheid van de Raad Nederlandse Detailhandel, andere DHZ-winkels door betrokkenheid van de VWDHZ, en HG door betrokkenheid van de Nedefa.

Sector- en behartigersspecifieke aanvullingen en opmerkingen

- De vertegenwoordiger van de drogisterijsector geeft aan dat de indeling van haar sector in de categorie 'onder speciale condities niet afwijzend' niet juist is. De drogisterijsector staat afwijzend tegenover het idee van verkoop achter de toonbank en ziet dat graag gecorrigeerd.
- De tuinbranche licht haar positie – 'onder speciale condities niet afwijzend' - nader toe. Gerichte ondersteuning en voorlichting van de klant op specifieke productgroepen past binnen het concept van de tuinbranche. Gericht beleid voor alleen de productgroep

biociden is te smal en dan is de tuinbranche zeker geen voorstander; daarom ligt een combinatie met gewasbeschermingsmiddelen voor de hand. Verkoop achter de toonbank is dan een van de uitvoeringsmogelijkheden.

- De positie van de consumentenbond wordt door de onderzoekers nader toegelicht. De licht afwijzende houding is te verklaren uit de vrees voor minder transparante en minder toegankelijke informatie voor consumenten als gevolg van verkoop achter de toonbank.
- PAN Europe maakt een vergelijking met Denemarken. Hier geldt voor verkopend personeel dat een goede opleiding noodzakelijk is en dat dit wel degelijk een groot effect op de substitutie en verbruik van gewasbeschermingsmiddelen blijkt te hebben. PAN Europe geeft aan dat dit niet lijkt te kloppen met de observatie van de onderzoekers dat milieuorganisaties een beperkt effect verwachten van verkoop achter de toonbank. De onderzoekers lichten toe, dat in de presentatie de mening van Milieudefensie is opgetekend.

Algemene discussie

- Voor de handel via internet is het van belang te realiseren dat dit grensoverschrijdend is. Een product kan via internet immers ook eenvoudig bij bijvoorbeeld een internetwinkel in Duitsland worden besteld. Een belangrijk aspect hierbij is de vraag hoe dit te handhaven.
- De samenvattende tabel met de reacties van de belangengroepen geeft weliswaar een mooi overzicht maar het verzoek is om wel voldoende oog te houden voor nuance en detail. Pas dus op voor oversimplificatie in een figuur.

Stellingen

Stelling (vraag) 1 (over wat bekend is over de biocidenmarkt):

“Niemand heeft op dit moment inzicht in de verhouding (qua hoeveelheid verbruikt product) tussen professioneel en consumentengebruik van biociden.”

- De stelling wordt bediscussieerd, en in grote lijnen door eenieder beaamd. Voor gewasbeschermingsmiddelen lijkt er wel enig zicht op de markt te zijn, voor biociden lijkt dit ingewikkelder. Zo hebben individuele producenten/leveranciers wel zicht op de verhoudingen in verkoop, maar een totaalbeeld ontbreekt. Ook het CBS houdt geen gegevens bij. Via het Cgtb zijn wel gegevens beschikbaar over de aantallen toegelaten biociden, maar niet over volumes. Ook in voorloperlanden als Denemarken gaan de beschikbare gegevens over gewasbeschermingsmiddelen (alleen hiervan is registratie van verkoop en gebruik bij wet verplicht).

Stelling 2 (over verkoop van biociden via internet):

“Zolang de verkoop van biociden over internet niet effectief wordt gereguleerd, pakt iedere poging om de biocidenverkoop via de winkel verder te reguleren averechts uit.”

- Over de stelling bestaat grote eensgezindheid. Internetverkoop is vooral een aandachtspunt voor de handhaving. Het verzenden van biocideproducten per post is feitelijk illegaal, maar zeer moeilijk te controleren.

- Er worden verschillende voorbeelden genoemd die het effect laten zien van verschillen in wetgeving tussen twee buurlanden (en daarmee een verschillend productaanbod in die landen). Een biocide product dat in Nederland niet meer verkocht mocht worden leidde tot een enorme omzet stijging in de Belgische filialen in de grensstreek waar het product wel legaal was. Ook komt het voor dat als een product in Nederland niet verkocht mag worden, de afnemer doodleuk reageert met “dan koop ik het wel in het buitenland”.
- PAN Europe geeft aan dat de aankoop van biociden door consumenten een vorm van impulsaankoop is. Als de consument beter wordt voorgelicht over de middelen en de risico's dan maken ze vaker een keuze voor een niet-chemisch alternatief.
- Leveranciers en retailers zien dit anders. Zij geven aan dat de verkoop van de biocide producten zelf meestal probleemgestuurd is en daarmee juist geen impuls aankoop is. De producten die verkocht worden in het verlengde van de biocide – bijv. de emmer, de bezem of de hogedrukspuit – zijn wel een impulsaankoop, en spelen een belangrijke rol in de verkoopstrategie van de retailbedrijven.

Stelling 3 (over onderscheid tussen biociden):

“Er zijn geen steekhoudende redenen om sommige voor consumentengebruik toegelaten biociden wèl, en andere niet van achter de toonbank te (laten) verkopen

- Ook over deze stelling is grote eensgezindheid. De mogelijkheid wordt geopperd om bijvoorbeeld producten te wegen op eigenschappen als toxiciteit en persistentie. Dat zou mogelijk wel tot een onderscheid in categorieën kunnen leiden. In de discussie komt naar voren dat het Ctgb dit bij de toelating feitelijk al doet, en dat de bandbreedte voor de productgroep biociden zo klein is dat een verder onderscheid niet zinvol lijkt.
- Discussiepunt: ‘Stel er bestaat een erkend goed, niet chemisch alternatief voor een biocide product. Dan kun je dit alternatief stimuleren door het biocide product minder toegankelijk te maken’. Het gaat dus om vliegenmepper versus spuitbus. Beide zijn goede oplossingen voor verschillende situaties; je kunt dus moeilijk generaliseren en zult het per situatie moeten bekijken en beoordelen. En ook hier geldt: feitelijk is de aanvaardbaarheid van risico's bij specifiek gebruik al beoordeeld door het Ctgb.

Sectorspecifieke bevindingen, internationale context, conclusies

Ckees van Oijen van IVAM CR presenteert de bevindingen per sector, ontwikkelingen in een aantal andere landen in Europa en de conclusies over de te verwachten milieu-gezondheids-, economische (en overige) effecten. Naar aanleiding hiervan worden de volgende opmerkingen gemaakt.

➤ *Sectorspecifiek*

DHZ-Winkels

- Intergamma laat weten dat zij hebben doorgerekend dat de totale kosten voor verbouwing en herinrichten van een winkel in de orde van 80 tot 100 kEuro ligt.

Tuincentra

- Een grote aparte hoek in de winkel ('boetiek') voor alleen biociden lijkt niet helemaal te stroken met de omvang van het biocideaanbod in tuincentra. Conclusie is dat

geïnterviewde bedrijven dit in combinatie met gewasbeschermingsmiddelen hebben bedoeld.

- Ook rijst de vraag of producten als coatings wel zijn meegenomen in de overwegingen. Dit lijkt niet het geval – en de verzamelde gegevens betreffen dus een onderschatting van de werkelijke situatie.

Dierenspecialzaken

- De specialzaken buitenleven zijn ook lid van de brancheorganisatie voor dierspecialzaken. De vertegenwoordiger van de specialzaken buitenleven herkent zich niet in de conclusies over de dierenspecialzaken sector. Dit zal verder intern binnen de Dibevo worden besproken.

Specialzaken Buitenleven

- Ook hier zijn de verbouwingskosten als gevolg van een over de toonbank maatregel uitgerekend. Het gaat om een bedrag in de orde van grootte van 100 kEuro.
- De kosten voor opleiding zijn nu weergegeven als beperkt. Dit is niet juist en moet aangepast worden naar 'aanzienlijk'.

Watersportwinkels

- Als toevoeging op het beeld bij anti-fouling: het gebruik van dit soort producten in de beroepsvaart is vele malen groter dan dat in de pleziervaart. De consumentenmarkt is dus relatief beperkt.

➤ *Internationaal*

- PAN Europe benadrukt dat in Denemarken in juli 2013 brede wetgeving is aangenomen die zich richt op de productgroep gewasbeschermingsmiddelen en biociden. De onderzoekers onderschrijven dit en lichten toe dat bij hun bezoek aan Denemarken verder duidelijk is geworden dat het hier om 'kapstok'-wetgeving gaat – het juridische kader dat het mogelijk maakt specifieke uitvoeringsregels vast te stellen. In Denemarken gaat men aan de slag met het maken van uitvoeringsregels voor achter de toonbank verkoop van gewasbeschermingsmiddelen. Verwachting is dat deze regels in januari 2014 in werking zullen treden. Aan nadere regels voor biociden wordt op dit moment niet gewerkt.

➤ *Conclusies*

Elementen ter verwerking in eindrapportage

- Drogisterijen en Specialzaken Buitenleven geven aan dat de opleiding personeel tot meerkosten gaat leiden, o.a. afhankelijk is van de omvang van de module. Ze zien dit graag aangepast in de waardering in de overzichtstabel en in de rapportage.
- De ambulante handel is een handelskanaal dat in ieder geval nog benoemd moet worden in de eindrapportage
- In de overzichtstabel mist op dit moment de groep 'producenten'. Ook hier zullen gevolgen zijn van een 'achter de toonbank'-maatregel en het is belangrijk hier in de rapportage ook aandacht aan te besteden.
- De consumentbond en de AVVN zijn beide consumentenorganisaties maar hebben over dit onderwerp een verschillende mening. In de eindrapportage moet dit onderscheid

duidelijk worden, mede ook vanwege het verschil in omvang van beide belangenorganisaties.

- De conclusies geven een overzicht van wat er leeft en speelt maar lijken hier en daar nog onevenwichtig in de zin dat sommige sectoren met name zijn genoemd en andere niet. In de eindrapportage moet dit worden scherp gesteld.
- De term 'duurzaam gebruik' lijkt niet in alle gevallen de goede term. Overweeg andere mogelijkheden als 'juist gebruik' of 'zorgvuldig gebruik'.

Algemene discussie topics

- Intergamma benadrukt dat verkoop achter de toonbank marktverstoring tot gevolg zal hebben. De huidige verdeling over de verschillende verkoopkanalen gaat zeker veranderen door een dergelijke maatregel.
- Het lijkt uit de presentatie alsof de invalshoek op biociden altijd negatief is. Het is belangrijk om ook vanuit de positieve kant van biocidegebruik te denken. Het gaat tenslotte ook om het gebruik van producten die een milieuhygiënische/gezondheidskundige meerwaarde kunnen hebben.
- PAN Europe benadrukt dat minder gebruik van biociden zeker bereikt kan worden en dat dit afhangt van het aanbod van innovatieve, alternatieve oplossingen voor het aan te pakken probleem. Ook hier moet voldoende aandacht naar uitgaan.
- Stel biocidenverkoop gaat plaats vinden van achter de toonbank. Dit vormt de opmaat voor verdere regelgeving voor verkoop van achter de toonbank van allerlei andere chemische producten.

Afronding

Kees Le Blansch vraagt alle aanwezigen of de conclusie gerechtvaardigd is dat het gepresenteerde, na verwerking van alle commentaar, een kloppend, getrouw beeld geeft? De aanwezigen knikken bevestigend. Kees dankt iedereen voor hun waardevolle input. Hij zegt toe binnen een week het verslag van de workshop ter commentaar rond te sturen.