

De macht
van de
tabaks
lobby

De tabakslobby

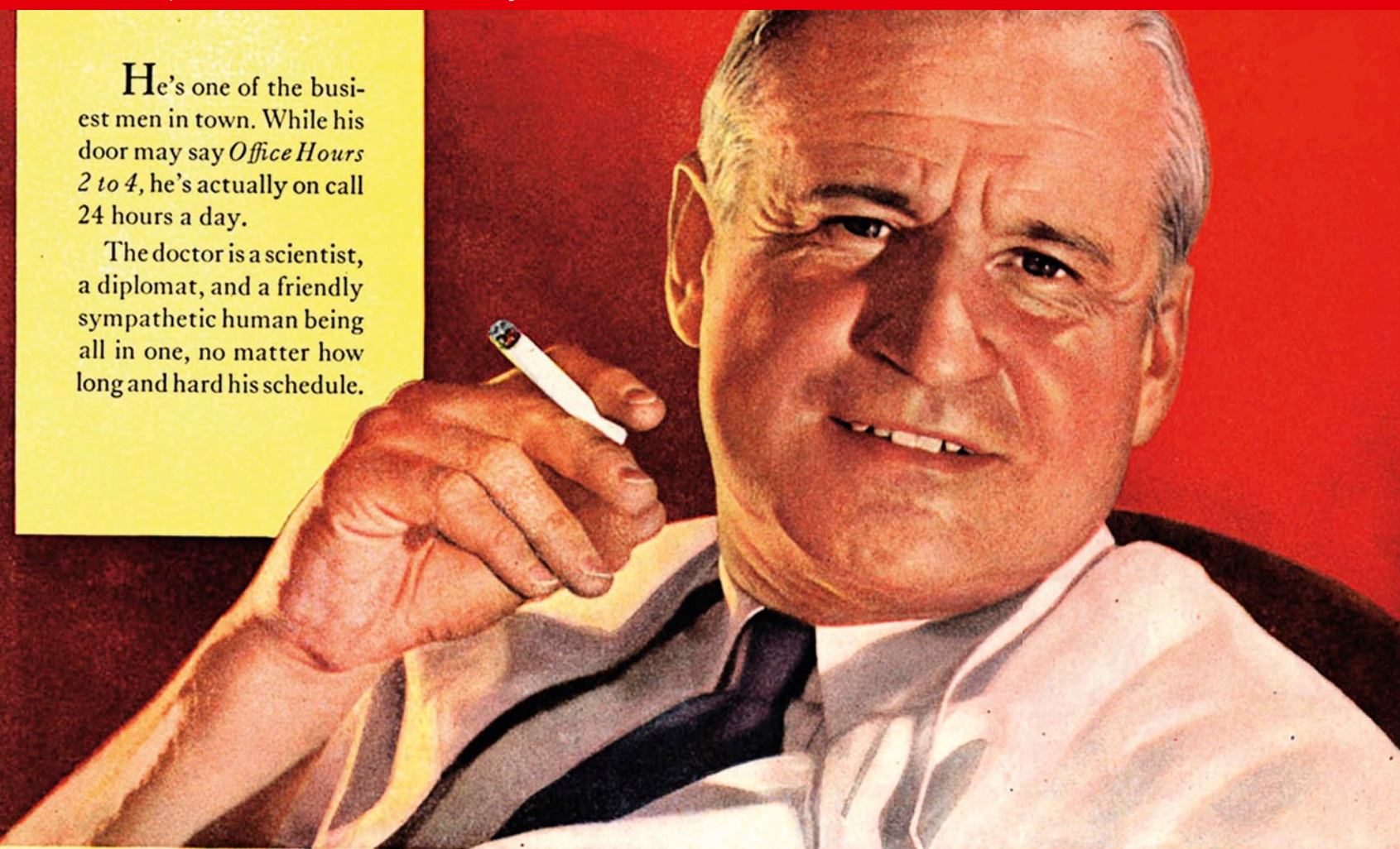
De industrie en de underdog

Kleine tabakswinkeliers roepen meer sympathie op dan fabrikanten. Daar maakt de industrie in de politieke lobby handig gebruik van.

Andere tijden: een arts die reclame maakt voor Camel sigaretten

He's one of the busiest men in town. While his door may say *Office Hours 2 to 4*, he's actually on call 24 hours a day.

The doctor is a scientist, a diplomat, and a friendly sympathetic human being all in one, no matter how long and hard his schedule.



‘Word wakker, spring met elkaar op de barricade,’ staat in een twee-pagina grote advertentie in het februari-nummer van *Tabak2Day*. Dit vakblad valt kosteloos in de bus bij kleine tabakswinkeliers die lid zijn van de brancheorganisatie voor de tabaksdetailhandel NSO. De aansporing komt van Cees Foet, topman bij tabaksmultinational British American Tobacco (BAT), die oproept om in actie te komen tegen de voorstellen uit Brussel, waaronder het voornemen om afschrikwekkende foto’s op tabaksverpakkingen te verplichten. Foet noemt dat ‘industrietje pesten’ en zegt: ‘Maak een vuist tegen dergelijke onzinnige regelgeving. Want echt, het is een bedreiging.’ In het eerste deel over de bondgenoten van de tabaksindustrie nam Vrij Nederland de rol van werkgeversorganisatie VNO-NCW onder de loep en stelde vast dat daar op het hoogste niveau gelobbyd wordt tegen antirookmaatregelen. De voorstellen die in Brussel op tafel liggen (zie kader, p. 38) zijn niet gunstig voor de industrie. Hebben tabaksfabrikanten naast de werkgeversorganisatie nog meer ijzers in het vuur om het tij te keren?

Brodeloos

Toen in juli 2008 het rookverbod in de horeca werd ingevoerd, kwamen kleine cafébazen met succes in actie omdat zij brodeloos zeiden te worden als de asbak van tafel moest. Op 20 juni 2009 onthulde *NRC Handelsblad* dat lobbyisten



Tabakswinkeliers voelen zich in toenemende mate afgeknepen door de industrie

de stichting Red de Kleine Horeca-ondernemer hadden opgericht. Ze kregen daarbij advies van tabaksfabrikanten, al bleef het onduidelijk of er ook financiële steun werd gegeven. Het aanvankelijke succes leek vooral te danken aan het feit dat een kleine cafébaas op meer sympathie kan rekenen bij overheid en publieke opinie dan een bedrijf als Philip Morris.

Erik Wesselius, een van de oprichters van de vanuit Brussel opererende ‘lobbywaakhond’ Corporate Europe Observatory, zegt hierover: ‘We noemen dat *winning the hearts and minds* van politici. Door zulke underdog-groepen te helpen met geld of advies om zowel bij politici als bij de media aandacht te krijgen voor hun problemen, kan de tabaksindustrie op indirecte wijze de publieke opinie ombuigen in de richting van haar eigen belang.’

De oproep van BAT-topman Foet in het vakblad *Tabak2Day* wekt de indruk dat de industrie die strategie tracht te herhalen, nu met de kleine tabakswinkelier als vooruitgeschoven lobbyist. Het lijkt ook een logische alliantie: de fabrikant en de verkoper van diens product. Toch ligt dat gecompliceerder. Frank Evers (52), ooit vertegenwoordiger van Philip Morris, runt al zo’n twintig jaar een tabakswinkel in Hillegom. De oproep van Foet noemt hij het toppunt van hypocrisie. ‘Wij, winkeliers, moeten voor British American Tobacco op de barricade? De industrie heeft zich juist tot onze grootste tegenstander ontpopt. Ze knippen ons af met steeds lagere winstmarges.’ Anders dan bij andere producten, bepaalt de tabaksindustrie de eindprijs van

hun product. ‘Toen in maart 2011 de accijnzen op tabak fors omhoog zijn gegaan, besloot BAT dat de consument daarvan zo min mogelijk moest merken,’ legt Evers uit. ‘In plaats van de prijs van een pakje sigaretten flink te verhogen, was BAT de eerste die de winstmarge voor ons winkeliers verlaagde.’ De andere fabrikanten konden niet achterblijven, zegt Evers.

Hij besloot dit aan de kaak te stellen op de website www.wezijndebat.nl. Tot groot chagrijn van de multinational, die hem en zijn provider via een brief van advocatenkantoor Stibbe sommeerde de site onmiddellijk uit de lucht te halen. BAT dreigde met een kort geding. Toen Evers weigerde, werd hem per e-mail te kennen gegeven ‘dat u ook in de tussentijd aansprakelijk bent voor de door BAT geleden schade’. Bovendien werd hij gebeld door een man die zich voorstelde als medewerker van BAT. Volgens Evers zei hij: ‘Als u de website niet uit de lucht haalt, gebeuren er heel vervelende dingen, waar u nu de gevolgen niet van kan overzien.’ Intussen stroomden de steunbetuigingen van collega’s binnen via het gastenboek van zijn website. Evers had kennelijk een zenuw geraakt. Ook de brancheorganisatie voor de tabaksdetailhandel NSO (de afkorting dateert van ruim honderd jaar terug en staat voor Nederlandse Sigarenverkopers Organisatie) kwam voor hem op en liet BAT weten Evers juridisch bij te staan in een eventuele procedure. Voorzitter Jos Zuidwijk stuurde de fabrikant een woedende brief, waarin hij zich onder meer afvroeg: ‘Luister je wel naar hoe je handelspartners zich momen-

Serie: het netwerk van de tabaks-industrie

Elke industrie en organisatie gebruikt lobbyisten om haar belangen te behartigen. Maar de tabaks-industrie heeft een probleem. De Nederlandse overheid moet deze vertegenwoordigers buiten de deur houden, op grond van een internationaal verdrag dat zij in 2005 met 167 andere landen heeft ondertekend: het FCTC-verdrag van de WHO. In dit verdrag beloven de landen maatregelen te treffen om tabaksconsumptie te ontmoedigen. In artikel 5.3 staat dat verdragspartijen verplicht zijn om bij het vaststellen en uitvoeren van hun nationale tabaksontmoedigingsbeleid, in overeenstemming met hun nationale recht, maatregelen te nemen om dit beleid te beschermen tegen commerciële en andere gevestigde belangen van de tabaksindustrie. In de begeleidende richtlijn wordt toegelicht dat organisaties die een ander belang dan de volksgezondheid hebben, geen deel moeten uitmaken van het bepalen van het ontmoedigingsbeleid. Het verdrag is na parlementaire goedkeuring ondertekend door toenmalig minister van Buitenlandse Zaken Ben Bot. De WHO becijferde dat jaarlijks wereldwijd 6 miljoen mensen overlijden aan de gevolgen van tabaksgebruik. In Nederland zijn daar in 2011 bijna 19.000 mensen aan overleden (bron: het Nationale Kompas Volksgezondheid). Nooit eerder kwam zo'n schadelijk consumentenartikel op de markt. De WHO spreekt van een 'tabaksepidemie'. Om die te beteugelen besloot de Europese Commissie in juni 2013 dat toegevoegde ingrediënten zoals lekkere smaakjes (menthol, cacao, vanille) en stoffjes die tabak extra verslavend zouden maken, verboden moeten worden. De Europese Unie onderhandelt nog over of verpakkingen voor 65 of 75 procent voorzien moeten zijn van afschrikwekkende foto's en waarschuwingsteksten. Lidstaten mogen wel zelf beslissen hoe de merknamen erop komen te staan. Het Europees Parlement zal er dit najaar over stemmen waarna de lidstaten aan zet zijn. De voorgestelde maatregelen kunnen nadelig uitpakken voor de omzet van de tabaksindustrie. De vier grootste bedrijven zijn ook in Nederland gevestigd: Imperial Tobacco, Japan International Tobacco, British American Tobacco en Philip Morris. In dit lastige nationale en internationale krachtenveld moet de tabaksindustrie op zoek naar bondgenoten die het voor haar opnemen. Wie zijn de stille steunpilaren – organisaties van onbesproken reputatie en invloedrijke personen – via welke deze miljardenindustrie toch haar invloed kan doen gelden? Vrij Nederland onderzoekt het netwerk van de tabaksindustrie in Nederland. Dit is deel 2 van de serie. Het eerste deel kunt u teruglezen op www.vn.nl/tabak

teel voelen, of zit je alleen op jullie hoofdkantoor te rekenen hoe je de handel nog meer kan mee laten betalen aan jullie prijspolitiek?' In zijn antwoord zette BAT-general manager Simon Welford uiteen hoe hun prijsbepaling tot stand was gekomen. Hij claimde een balans te hebben gezocht tussen het volledig doorbelasten van de accijnsverhoging aan de consument, hun oprechte bezorgdheid over het ontstaan van een oncontroleerbare illegale concurrent, hun eigen portfoliostrategie die gericht is op het realiseren van groei en als laatste: de noodzaak tot margeverbetering in de handel. Hij schreef: 'Ik hoop dat je begrijpt dat het voor ons wrang is om door onze handelsrelaties openlijk bestempeld te worden als de veroorzaker van prijsbederving.' Op het laatste moment trok BAT het kort geding tegen Evers in. 'Bang voor imagoschade,' meent de winkelier. BAT liet NSO later weten de dialoog met de brancheorganisatie op constructieve wijze voort te willen zetten. De toon van de brief van Zuidwijk aan BAT is opmerkelijk omdat juist hij al in november 2009 in een column in *Tabak & Gemak*, de voorloper van *Tabak2Day*, liet doorschemeren aan te willen sturen op gezamenlijkheid. 'Contacten in zowel politiek Den Haag als Brussel hebben mij in de afgelopen jaren tot het besef doen komen, dat 'de politiek' veel meer affiniteit heeft met de kleine winkel om de hoek, dan met grote multinationale ondernemingen [...]. Inzet van de NSO is zo'n omslag in denken te bereiken. Ik doe een beroep op alle partijen in de bedrijfskolom om zaken die ons allen raken ook gezamenlijk aan te pakken!', schreef hij.

Verrotte tanden

Twee maanden later onderschreef oud-minister van Defensie Hans Hillen, toen nog CDA-senator, het belang van een 'industrie en handel die met één stem spreken'. Hij werd als adviseur ingehuurd door BAT. In een interview (januari 2010) in *Bijpraten over tabak*, een blad voor interne relaties van BAT, zei Hillen dat het van groot belang is 'dat de handel en industrie samenwerken en een duidelijke stem laten horen over zaken die er voor beide partijen toe doen. Wat we in het verleden te vaak gezien hebben, is dat er te veel partijen over dezelfde zaken bij politici aan tafel komen hetgeen de duidelijkheid bepaald niet ten goede komt. Zeker als er met verschillende accenten wordt gewerkt. Als de handel en industrie tot gezamenlijke standpunten kunnen komen zal hun stem veel beter worden gehoord. Bovendien is dat natuurlijk voor zowel de politiek als de handel veel efficiënter!' Hoewel hun winkeliers in 2013 volgens Evers nog altijd ontevreden zijn over de door de industrie opgelegde lage winstmarges, spre-



Op het allerlaatste moment trok BAT het kort geding tegen Evers in. 'Bang voor imagoschade,' meent de winkelier

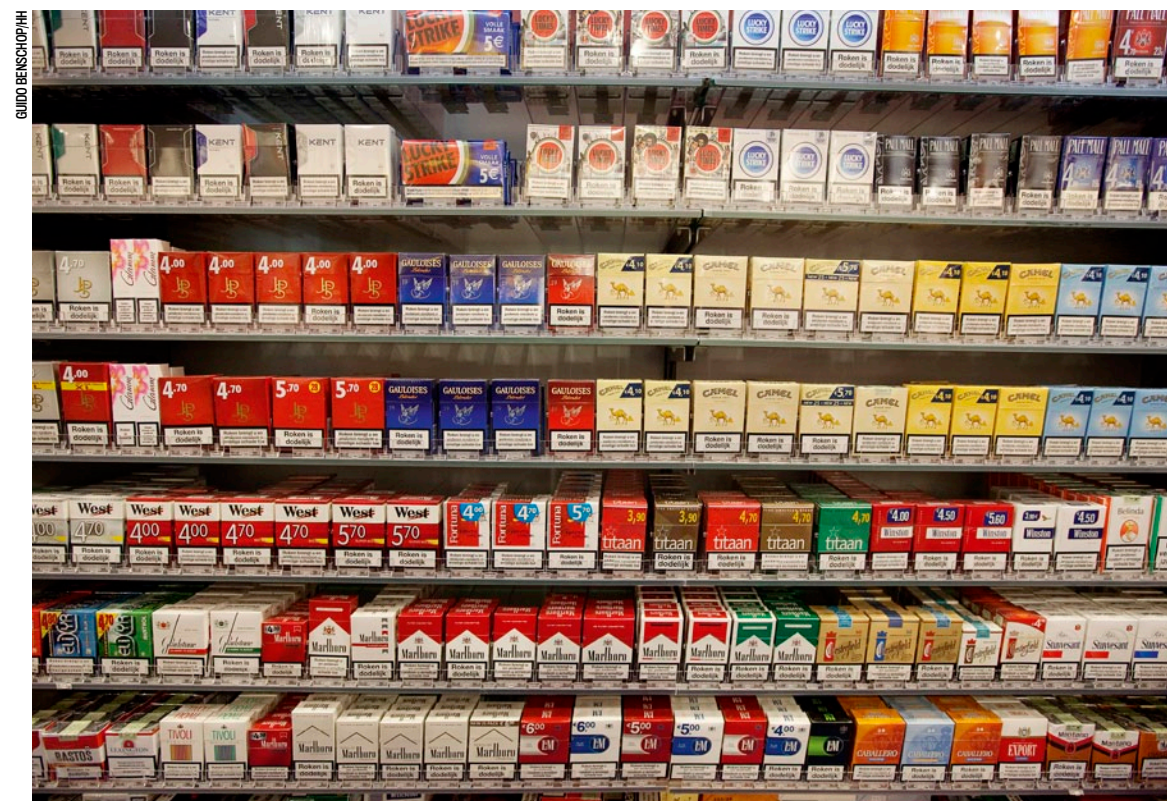
ken zowel NSO-voorzitter Zuidwijk als -directeur Janwillem Burgering in een dubbelinterview op hun kantoor in Leidschendam over 'onze vrienden van de tabaksindustrie' en 'gedeelde belangen'. Er lijkt geen sprake meer van animositeit. Vreemd? Burgering: 'Wij onderhandelen sowieso niet met fabrikanten over marges. Onze winkeliers hebben te maken met de groothandel. De groothandel onderhandelt met de industrie, wij niet.' Dat de relatie tussen de NSO en de grote sigarettenfabrikanten weer is hersteld, blijkt ook uit een brief van 17 januari 2013 aan het ministerie van Volksgezondheid die Vrij Nederland na een beroep op de Wet openbaarheid van bestuur in handen kreeg. Hierin wordt een gezamenlijk pleidooi gehouden om besluiten, bijvoorbeeld over afschrikwekkende foto's op pakjes, niet door Brussel te laten nemen maar zoveel mogelijk door lagere overheden. Zo hopen zij dus nieuwe lobbykansen te creëren in de afzonderlijke Europese lidstaten. Op 25 februari verdrongen cameraploegen van *PowNews* en *Hart van Nederland* zich voor de kleine tabakswinkel Day to Go op Lange Poten 5 in Den Haag, tegenover de ingang van de Tweede Kamer. Het winkeltje was die dag door de NSO omgebouwd tot een actiewinkel. Op de plek waar normaal gesproken verschillende pakjes sigaretten stonden met de opdruk van bekende merken, hing nu een doek waarop de toekomstige situatie werd verbeeld: rijen verrotte tanden en aangetaste longen. De Tweede Kamer zou er over een paar dagen over vergaderen, waarna staatssecretaris Van Rijn de door Kamerleden gemaakte opmerkingen mee zou wegen in zijn besluitvorming. Alle media-aandacht vooraf was welkom. Tegen *Hart van*

Nederland zei voorzitter Jos Zuidwijk dat de voorstellen uit Brussel niet effectief zouden zijn om het roken onder de jeugd te ontmoedigen. 'Het enige waar de overheid nu voor gaat zorgen, is dat tientallen winkeliers het leven laten.'

Afschrikwekkende foto's

Erik Wesselius van lobbywaakhond CEO: 'We weten dat de inzet van *frontorganisaties*, zoals wij die noemen, een essentieel onderdeel is van de industrie campagne tegen tabaksontmoediging. Omdat de industrie zelf moeilijk toegang heeft tot politici, ondersteunen ze initiatieven die hun politieke boodschap kunnen propageren zonder dat op het eerste gezicht duidelijk is dat zij daarachter zitten.' Een bekend voorbeeld hiervan is de Alliance of Australian Retailers (AAR). *The Sydney Morning Herald* onthulde dat speciaal voor dit doel deze brancheorganisatie van tabaksdetailhandelaren door de industrie werd opgericht. De fabrikanten pompten er miljoenen in om campagne te kunnen voeren tegen sigarettenverpakkingen met afschrikwekkende foto's en de merknamen in standaardletters (*plain packaging*).

Recenter beschuldigde Colin Finch, oud-president van The National Federation of Retail Newsagents (de kiosken) in Groot-Brittannië, de tabaksindustrie ervan dat deze de handel gebruikte om haar campagne te legitimeren. In *The Observer* van 26 februari 2011 legt hij uit hoe er tabaksgelden discreet de organisatie werden binnen gesluisd via sponsoring, handelsevenementen, conferenties, vergaderingen en diners. 'De ethische code van onze organisatie werd door de tabaksindustrie vergiftigd.' Wesselius: '*Frontorganisaties* worden vaak speciaal voor dat doel opgericht, maar bestaande organisaties kunnen ook als zodanig worden ingezet. Als bijvoorbeeld de brancheorganisatie NSO zou worden betaald door de grote sigarettenfabrikanten, zou dat een aanwijzing in die richting zijn.' Spoorwerk in de Kamer van Koophandel leert dat op 8 februari 2012 een stichting is opgericht onder de naam Fonds Samenwerking Industrie & Tabaksspecialzaken (FSIT). De NSO blijkt de voorzitter te zijn. Andere bestuursleden zijn British American Tobacco Nederland, Phillip Morris Benelux, Van Nelle Tabak Nederland (onderdeel van Imperial Tobacco) en JT International Company Netherlands. Bij de inschrijving in de Kamer van Koophandel staat kort vermeld: 'overkoepelende organen, samenwerkings- en adviesorganen en fondsen op het gebied van welzijnswerk'. De statuten geven meer duidelijkheid: de nieuwe stichting is bedoeld om een fonds te beheren van waaruit



Sigaretten display nu (boven) en straks

activiteiten van de NSO worden betaald om de tabaksdetailhandel te promoten, te professionaliseren, om hun belangen te behartigen en om activiteiten te initiëren op het gebied van preventie van jeugdroken. In januari 2013 werd Robert Wassenaar, directeur Corporate Affairs van Philip Morris Benelux, in *Tabak2Day* gevraagd hoe de verstandhouding is tussen de fabrikanten en de NSO na de ruzie drie jaar eerder over de winstmarges. Wassenaar: 'Goed. We zijn voortdurend met elkaar in gesprek.' Hij vertelde over de oprichting van het Fonds waarmee projecten gefinancierd wor-

den die belangrijk zijn voor de tabaksdetailhandel. 'Zo trekken we samen op als het gaat om accijns, winkelveiligheid enzovoort.' En Jaap van de Vliert, Field Sales Manager van Philip Morris, zegt in hetzelfde artikel: 'Het gevoel dat toen leefde, is wat ons betreft verdwenen.' Hoeveel geld krijgt de NSO van de tabaksindustrie? Stichtingen hoeven jaarverslagen te deponeren. Ook NSO-directeur Burgering wil geen bedragen noemen, maar zegt dat de giften van de industrie afhankelijk zijn van de projecten die ze willen doen. 'Die moeten goedgekeurd worden. Dat wisselt per jaar.' Burgering

legt uit dat er bijvoorbeeld een campagne is gestart om de winkeliers te trainen hoe de leeftijdsgrens voor de verkoop van tabak te handhaven. Die campagne wordt door het FSIT betaald. Voorzitter Zuidwijk schreef in zijn column (juni 2013, *Tabak2day*): 'Het is zeker niet altijd leuk op de winkelvloer, maar een goede uitvoering levert [...] straks (voorkoming van te ver gaande maatregelen) veel geld op!' Lobbywaakhond Wesselius: 'Dat is precies de defensieve strategie die de tabaksindustrie voert: nadeliger wetgeving voorkomen door een "verantwoordelijke" opstelling.' Voorzitter Zuidwijk vertelt dat FSIT ook slachtofferhulp betaalt voor winkeliers als ze overvalen zijn. 'Voor zijn inkomen moet de winkelier zo snel mogelijk weer open. Daar hebben we door de industrie gefinancierde behandelingen van posttraumatisch stressyndroom voor.' Burgering: 'Sommigen zeggen: je neemt geld aan van de industrie, maar ik schaam me daar niet voor. Ik vind die slachtofferhulp en ook onze opleidingsprogramma's een verantwoordelijkheid die de industrie mag, kan en zelfs moet nemen.' Heeft de industrie ook meebetaald aan de Haagse NSO-actiewinkel tegen het voornemen

Hans Hillen adviseert British American Tobacco



DANIEL COHEN

om afschrikwekkende foto's op verpakkingen te verplichten? Burgering, argwanend: 'Waar wil je naartoe met die vragen over geld?' Na enig aandringen zegt hij: 'We hebben de SSI om hulp gevraagd.' SSI staat voor Stichting Sigarettenindustrie, die de belangen behartigt van drie van de vier grote in Nederland gevestigde tabaksmultinationals. Alleen Philip Morris doet daar niet (meer) aan mee, maar alle vier nemen wel deel aan het FSIT-fonds. Burgering legt uit dat de SSI het doek heeft geleverd met de afschrikwekkende foto's. Geïrriteerd: 'Wat ze daarvoor aan een reclamebureau hebben moeten betalen, weet ik niet.' Winkelier Frank Evers snapt niet waarom zijn branchevereniging zo de nadruk legt op die foto's. 'Misschien verkopen we er minder sigaretten door. Maar als ze zich nou eens zouden inzetten voor het wegvagen van de concurrentie van de supermarkten, dan kunnen wij dat als tabakswinkeliers prima aan. Eigen belang? Ja, maar de NSO is mijn branchevereniging, toch?'

Aantrekkelijke kleurtjes

Terug naar de opmerking van Robert Wasenaar (Philip Morris) dat industrie en NSO het gezamenlijke fonds gebruiken voor gezamenlijke acties met betrekking tot accijnzen. Op 24 april lanceerde NSO de website Accijnslek.nl. Hierop wordt door de tabaksbranche bijgehouden hoeveel de overheid misloopt aan inkomsten wanneer rokers hun rookwaren over de grens kopen, waar sigaretten goedkoper zijn dankzij lagere accijnzen. NSO-voorzitter Zuidwijk noemt de website 'een signaal naar de overheid: kijk eens wat je aan accijnzen misloopt, als je roken duurder maakt. Dus wees slim en laat de volgende accijnsverhoging zitten. De kleine winkelier is er de dupe van dat je problemen creëert en niet oplost.' Is de website gefinancierd door het Fonds Samenwerking Industrie & Tabaksspecialzaken? Na aandringen komt het hoge woord eruit. 'Een bijdrage voor de ontwikkeling van de site,' zegt Burgering. Hoeveel? 'Dat doet er niet toe. Een website maken, dat kost toch niet zoveel? Enige duizenden euro's.' Tabakswinkelier Evers betreurt het dat zijn brancheorganisatie energie in zo'n website stopt. 'Die hoge accijns is vooral een probleem voor de fabrikanten. Een verschuiving van de tabaksverkoop naar de ons omringende landen zal ze een worst wezen. Een verhoging van accijnzen zorgt er vooral voor dat rokers overstappen van sigaretten op shag. Daar wordt minder om verdiend en dat zullen ze weer op onze winstmarges verhalen. Laat de NSO daar een website voor bouwen!'

Als we de twee belangrijkste fabrikanten Philip Morris en BAT om een interview vragen over het tabaksdossier, wordt aanvankelijk enthousiast gereageerd. 'Er is zoveel te vertellen,' zegt woordvoerder Patrick Koimans van Philip Morris. Hij plant direct een interview in. En ook Cees Foet van BAT reageert positief: 'Prima!' Maar na intern overleg laat Koimans per mail weten dat ze zich om 'moverende redenen' terugtrekken. Cees Foet durft ook niet meer. 'Ik heb in de branche rondgebeld. Mijn collega doet niet mee, dus ik ook niet.' Ook Willem Jan Roelofs van Stichting Sigarettenindustrie laat per e-mail weten een interview 'niet opportuun' te achten.

Professor Robert N. Proctor, historicus aan de Stanford University en auteur van *Golden Holocaust* (een heldere analyse over de strategie van de tabaksmultinationals, onder andere gebaseerd op openbaar gemaakte interne documenten) noemt dit in een telefonisch interview een bekende strategie. 'Ze proberen zich onzichtbaar te maken en houden zich stil in de media. Zodra iets ophef veroorzaakt, zullen ze zeggen dat het oud nieuws is om degene die hen ter verantwoording roept te ridiculiseren.' Roelofs stuurt wel namens de tabaksfabrikanten de standpunten toe die hij ook aan het ministerie van VWS heeft gezonden, in verband met een rondetafelgesprek op 29 mei dit jaar in de Tweede Kamer met als thema: 'Handhaving Tabaksleeftijd'. Uit hun brief blijkt dat de industrie de voorgenomen leeftijdsverhoging toejuicht. Wel vinden ze dat niet alleen de verkoper van tabak strafbaar gesteld moet worden, maar dat ook de jongere moet worden beboet. Ze vinden ook dat er voldoende maatschappelijk draagvlak moet zijn. Net als Wesselius plaatst ook Proctor kanttekeningen bij de coöperatieve houding van de fabrikanten. Hij zegt: 'Studies en interne documenten hebben laten zien dat het een manier is om in het openbaar zich voor te doen alsof ze de beste bedoelingen hebben, terwijl ze feitelijk allerlei strategieën hebben toegepast om jongeren te verleiden met roken te beginnen.' Hij noemt als voorbeeld: verpakkingen en sigaretten die met kleurtjes aantrekkelijker zijn gemaakt voor jongeren.

Leeftijdsgrens

De tabaksfabrikanten zijn niet uitgenodigd en kunnen hun brief dus niet toelichten bij het rondetafelgesprek, een initiatief van VVD-Tweede Kamerlid Arno Rutte. Andere brancheorganisaties krijgen wel spreekrecht. In drie rondes hebben ze het over het voornemen van staatssecretaris Van Rijn om vanaf 1 januari 2014 de minimumleeftijd van personen waaraan tabak mag worden verkocht te verhogen naar 18 jaar.



'Dat is de defensieve strategie die de tabaksindustrie voert: nadeliger wetgeving voorkomen door een "verantwoordelijke" opstelling'

NSO-directeur Burgering zit, keurig in pak, in de Troelstraal van de Tweede Kamer. Naast hem zitten zijn collega's: Henriette Crieelaar van het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL), Petra van Stijn van BETA (Belangenvereniging van de zelfstandige tankstationondernemers), Gerard de Vries van de Stichting Tabaks- en Zoetwarengroothandel Nederland (TZN) en Hans Kant van Koninklijke Horeca Nederland. Behalve Horeca Nederland werken al deze belangorganisaties samen in het Platform Verkooppunten Tabak. Hun voorzitter is Frans van Drimmelen van het kantoor Dröge & Van Drimmelen. Uit documenten die Vrij Nederland in handen heeft gekregen via de Wet openbaarheid van bestuur, blijkt dat Van Drimmelen namens het Platform brieven en e-mails heeft verstuurd naar het ministerie van VWS met de gezamenlijke standpunten van de platformdeelnemers. Maar Van Drimmelen zit vandaag niet aan bij het rondetafelgesprek. Woordvoerder van BETA (tankstations) Edsko Schuitema zegt later: 'Dat is strategie. We komen bewust afzonderlijk naar buiten met onze standpunten. Politici worden al moe als er weer een lobbyist op hen afkomt. Ze willen de ondernemers zelf horen.' En dus komen de leden van het Platform een voor een met vrijwel dezelfde standpunten. Hoewel soms in net iets andere woorden, zijn het ook de standpunten die Roelofs namens de industrie per brief kenbaar heeft gemaakt. Een Tweede Kamerlid brengt een voorstel ter sprake om het aantal tabaksverkooppunten te beperken tot de specialzaken om de handhaving van de leeftijdsgrens te vergemakkelijken. Ook hierover zijn de sprekers het roerend eens. Henriette Crieelaar van de koepelorganisatie van supermarkten (CBL), die volgens de pas uitge-

brachte *Tabak2Day Marktgids* een almaar groeiend marktaandeel van de sigarettenverkoop heeft (2012: 49,3 procent): 'Wij willen de tabak niet kwijt. Je benadeelt daarmee de roker die dan moeilijker zijn rookwaren kan halen.' De tabaks- en gemakswinkels, de NSO-achterban, hebben een veel kleiner marktaandeel in de sigarettenverkoop (2012: 19,2 procent) en moet ook de tankstations (2012: 25,9 procent) in dat opzicht voor zich dulden. Toen de NSO nog in de clinch lag met de fabrikanten, schreef voorzitter Zuidwijk in zijn brief aan BAT: 'Ik begrijp dat je bang bent voor het geweld van de supermarkten in Nederland [...] Je hebt dan ook snel je portemonnee getrokken en voor supermarkt ketens de gevolgen van je beleid gecompenseerd. Maar wat doe je voor de zelfstandige ondernemer, [...] wanneer gebeurt er eens iets structureels?' Nu schaarnt NSO-directeur Burgering zich tijdens de rondetafelbijeenkomst achter de grootste concurrent van zijn achterban: 'Wij sluiten ons aan bij Mevrouw Crieelaar.' Waarmee hij ook het belang van de industrie verdedigt, die juist gebaat is bij zoveel mogelijk verkooppunten.

Korzelig

Als we Crieelaar van de supermarkten telefonisch vragen naar deze alliantie, antwoordt ze korzelig: 'Ik wist dat Burgering voor- en nadelen zag in het exclusief maken van het product voor zijn specialzaken. Maar als u nu denkt dat er een deal is gesloten, dan is dat niet zo.' Burgering zelf zegt: 'Wij hebben ook liever dat de consument in de tabakswinkel koopt dan bij de supermarkt, maar wel op basis van vrije concurrentie.' NSO-collega Zuidwijk valt hem bij: 'Ik snap best dat een winkelier nu zegt dat hij blij is met het voorstel om hem het alleenrecht op de tabaksverkoop te geven. Maar ze moeten ook naar de lange termijn kijken.' Zuidwijk vreest dat het de eerste stap is naar tabakswinkels waarvan de staat dicteert wat er wel en niet mag worden verkocht. In het door het SP-Tweede Kamerlid Van Gerven op 18 juli ingediende wetsvoorstel om tabak alleen nog door tabaksspecialzaken te laten verkopen, is dit niet terug te vinden. Daarin wordt alleen gesteld dat gemeentes zelf mogen bepalen aan hoeveel tabaksspecialzaken een vergunning wordt verstrekt. Tabakswinkelier Evers uit Hillegom is diep teleurgesteld in de houding van zijn brancheorganisatie: 'Als de NSO dit vindt, lijkt het erop alsof ze haar ziel aan de industrie heeft verkocht. Ik vraag me wel eens af waarom we nog lid zijn.' ■

Dit artikel kwam mede tot stand dankzij een bijdrage van het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten (www.fondsbjpp.nl) en Stichting Democratie en Media.

Misbruik internet-enquête

In het oktobernummer van *Tabak & Gemak 2010* roepen zowel NSO-voorzitter Jos Zuidwijk als Cees Foet, topman bij British American Tobacco Benelux, op tot actie. Zuidwijk: 'Op het Tabak Plus Evenement hebben wij u samen met de industrie de mogelijkheid geboden deel te nemen aan de Europese Consultatie die overigens nog tot medio december ingevuld kan worden'. En Foet: 'Andere belangengroepen maken al gebruik van de internetconsultatie. Laten wij dat ook doen!' Ze verwijzen hiermee naar een door de Europese Commissie opgestelde internet-enquête over de herziening van de Tabaksproductenrichtlijn. Met zo'n enquête moet de gewone burger inspraak krijgen bij de ontwikkeling van nieuwe regelgeving. De NSO vraagt haar leden die enquête in te vullen en helpt hen daarbij een handje. Uit de oproep: 'De enquête is in het Engels opgesteld en niet erg gebruiksvriendelijk. Daarom heeft de NSO een Nederlandstalige handleiding opgesteld.' De handleiding bevat niet alleen een beknopte vertaling maar geeft ook antwoordsuggesties. De tabakswinkelier wordt opgeroepen de enquête in te vullen als burger en dus niet als ondernemer. Bij vraag 3, over verandering van consumenteninformatie op pakjes, wordt geadviseerd om 'no change' in te vullen, met de verduidelijking 'dus geen uitbreiding van consumenteninformatie middels verplichte foto's of witte pakjes.' Op de vraag of de industrie verplicht moet worden ingrediënten in haar rookwaren te rapporteren en te laten registreren, is het aanbevolen antwoord: 'no change' met de verduidelijking 'geen administratieve lastenverzwaring voor de industrie'. Op 19 december 2012 werd het resultaat van de enquête gepresenteerd. De openbare raadpleging genereerde volgens het begeleidende rapport meer dan 85.000 bijdragen, waarvan 96 procent door burgers werd ingevuld. Een opvallend grote respons die vooral het gevolg leek te zijn van mobilisatiecampagnes die in sommige lidstaten hadden plaatsgevonden. Zo bleek ook in Italië een campagne te zijn gevoerd onder 75 procent van de Italiaanse tabaksdetailhandelaren die resulteerde in de inzending van 30.000 duplicaat ingevulde enquêtes. 'Deze handelswijze kenmerkt een gebrek aan integriteit van de industrie en brancheorganisatie die een nuttig mechanisme van de Europese Unie misbruiken voor de eigen zaak. Dat hoor je niet te doen als respectabele organisaties,' zegt professor Willem J.M. Levelt, oud-president van de KNAW. 'Bovendien is hier sprake van het corrumpere van onderzoek, door te adviseren om zich als privépersoon voor te doen, in plaats van de waarheid in te vullen, namelijk dat men ondernemer is.'