

A group of five young people are socializing outdoors. A man in a white t-shirt and glasses is pouring beer from a bottle into another bottle held by a woman. Other people are holding beer bottles and talking. The background shows a white fence and a clear blue sky. The text 'Whitepaper De nieuwe Alcoholwet: bereid je voor op verplichte (online) identificatie' is overlaid on the image.

Whitepaper
De nieuwe Alcoholwet: bereid
je voor op verplichte (online)
identificatie

Inhoudsopgave

| | |
|---|----------|
| Inleiding | 1 |
| Waarom een nieuwe Alcoholwet? | 2 |
| Wat houdt de nieuwe Alcoholwet precies in? | 2 |
| 1. Kortingen van meer dan 25% zijn niet meer toegestaan | 2 |
| 2. Bestellen met een leeftijdsverificatiesysteem | 2 |
| 3. Strafbaarstelling van volwassenen die alcohol doorgeven aan minderjarigen | 3 |
| Wat betekent dit voor online verkopers van alcoholhoudende dranken? | 4 |
| Hoe richt je jouw online-verkoop zo in dat je voldoet aan de nieuwe wetgeving? | 5 |
| 1. Actieve handeling | 5 |
| 2. Dubbele leeftijdscontrole | 5 |
| 3. Bescherming van persoonsgegevens | 5 |
| Leeftijdsverificatie met iDIN | 6 |
| Leeftijdsverificatie met IRMA | 6 |
| De belangrijkste randvoorwaarden | 7 |
| Betrouwbaarheid | 7 |
| Realisatietermijn | 7 |
| Schaalbaarheid en flexibiliteit | 7 |
| Eenvoud en gebruiksgemak | 7 |
| Businessmodel en betaalbaarheid | 7 |
| Privacy en wetgeving | 7 |
| Veiligheid | 7 |
| Hoe helpt SIDN? | 8 |

[Klik op een van de hoofdstukken om direct naar de bijbehorende pagina te gaan.](#)



Inleiding

De laatste jaren is het de overheid niet gelukt om (problematisch) alcoholgebruik onder jongeren terug te dringen. Om deze groep beter te beschermen tegen de gevaren van overmatig drinken, heeft de Nederlandse regering ervoor gekozen om de Drank- en Horecawet te vervangen door de Alcoholwet. Een betere leeftijdsverificatie is een van de belangrijkste speerpunten in deze wet, die vanaf 1 juli dit jaar geldt.

In deze whitepaper geven we antwoord op de volgende vragen:

- Waarom een nieuwe Alcoholwet?
- Wat houdt de nieuwe Alcoholwet precies in?
- Wat betekent dit voor online-verkopers van alcoholhoudende dranken?
- Hoe richt je jouw online-verkoop zo in dat je voldoet aan de nieuwe wetgeving?

Waarom een nieuwe Alcoholwet?

We lezen geregeld zorgwekkende verhalen over alcoholmisbruik door de Nederlandse jeugd. Jongeren lopen sneller een alcoholvergiftiging op dan volwassen drinkers. Bovendien kan overmatig drinken een negatief effect hebben op de ontwikkeling van hun hersenen. Staatssecretaris Paul Blokhuis van Volksgezondheid wil er met deze nieuwe wet

voor zorgen dat de volgende generaties kinderen gezond op kunnen groeien. Ook moeten de aanpassingen ouders bewuster maken van hun rol in het voorkomen van alcoholgebruik onder minderjarigen. Onderzoek wijst namelijk uit dat het merendeel van de jongeren onder de achttien drank bemachtigt via ouders of oudere vrienden.

Wat houdt de nieuwe Alcoholwet precies in?

Volgens de overheid is de nieuwe Alcoholwet dus absoluut noodzakelijk. Maar wat verandert er nu precies met de komst van de nieuwe Alcoholwet? Tijd om eens in te zoomen op de hoofdlijnen.

1. Kortingen van meer dan 25% zijn niet meer toegestaan

Alcoholhoudende dranken worden vaak in de vorm van acties goedkoop aangeboden en zijn daarmee nog aantrekkelijker voor jongeren. Denk bijvoorbeeld aan de happy hours in een stamkroeg of discotheek. Of aan acties als 'drie halen, twee betalen' bij de drankenzaak om de hoek of de online-slijterij. De nieuwe wet schrijft voor dat prijsstunts met alcohol voortaan niet meer dan 25% van de gebruikelijke verkoopprijs mogen bedragen. De regering hoopt hiermee te voorkomen dat mensen meer alcoholhoudende drank inslaan dan oorspronkelijk de bedoeling was. Ons brein laat zich namelijk makkelijk verleiden door tijdelijke voordelen.

2. Bestellen met een leeftijdsverificatiesysteem

De nieuwe Alcoholwet stelt ook strengere regels in voor het verkopen van alcohol op afstand (via het internet of de telefoon). Het aantal online-supermarkten en -slijterijen groeit. Ook het aantal platformen om maaltijden te laten thuisbezorgen

neemt toe. Op deze platformen wordt ook vaak alcoholhoudende drank aangeboden. Door deze ontwikkelingen is de markt met aanbieders groter en diverser dan ooit. Online alcohol kopen zit in de lift. Websites van slijterijen en online-drankhandelaren trekken volgens onderzoeksbureau Ecorys meer bezoekers en verkopen ook meer liters drank. De afgelopen twee jaar heeft bijna 18% van de Nederlanders wel een keer online alcohol gekocht, stelt het bureau.

Het is voor een toezichthouder vrijwel onmogelijk om op het moment van bezorging (vaak aan de voordeur) aanwezig te zijn om toezicht uit te oefenen.

De afgelopen twee jaar heeft bijna 18% van de Nederlanders wel een keer online alcohol gekocht



Zowel de locatie van bezorging als het tijdstip is voor de toezichthouder onbekend. In tegenstelling tot in de horeca, liggen het aankoop- en aflevermoment bovendien uiteen. Daar waar een verstrekker in een winkel of horecagelegenheid op het moment van aankoop al constateert of de koper meerderjarig is, gebeurt dit bij verkoop op afstand niet.

De nieuwe Alcoholwet eist dat een verstrekker van alcoholhoudende drank op afstand een leeftijdsverificatiesysteem hanteert. Dat systeem moet op betrouwbare en eenduidige wijze op het tijdstip van de verkoop vaststellen dat de consument de leeftijd van 18 jaar heeft bereikt. Daarnaast moet de verkoper een geborgde werkwijze kunnen overleggen die beschrijft hoe:

- hij ervoor zorgt dat alcoholhoudende drank alleen in de handen van mensen van boven de 18 belandt;
- hij de leeftijdsverificatie in de praktijk regelt.

De nieuwe wetgeving staat bijvoorbeeld ook niet meer toe dat de burens een pakket met alcoholhoudende drank voor je in ontvangst nemen. De eis is namelijk dat de verkoper de drank op je woonadres of een bedrijfsmatig ophaalpunt aflevert. Een bedrijfsmatig ophaalpunt is bijvoorbeeld een ophaalpunt van een supermarkt

of slijterij, waarbij iemand de leeftijd en identiteit van de afhaler controleert.

3. Strafbaarstelling van volwassenen die alcohol doorgeven aan minderjarigen

Een van de grootste praktische problemen bij het beteugelen van alcoholgebruik onder jongeren zijn de ouders en oudere vrienden die drank voor minderjarigen kopen. Wat doen veel jongeren als ze minderjarig zijn en toch alcohol willen kopen? Dan vragen ze dit aan een ouder iemand in hun vrienden-, familie- of kennissenkring. Dit kan voortaan uitlopen op een duur grapje. De nieuwe wet regelt namelijk ook dat volwassenen strafbaar zijn wanneer zij alcoholische drank kopen voor minderjarigen.

De nieuwe wet regelt namelijk ook dat volwassenen strafbaar zijn wanneer zij alcoholische drank kopen voor minderjarigen.

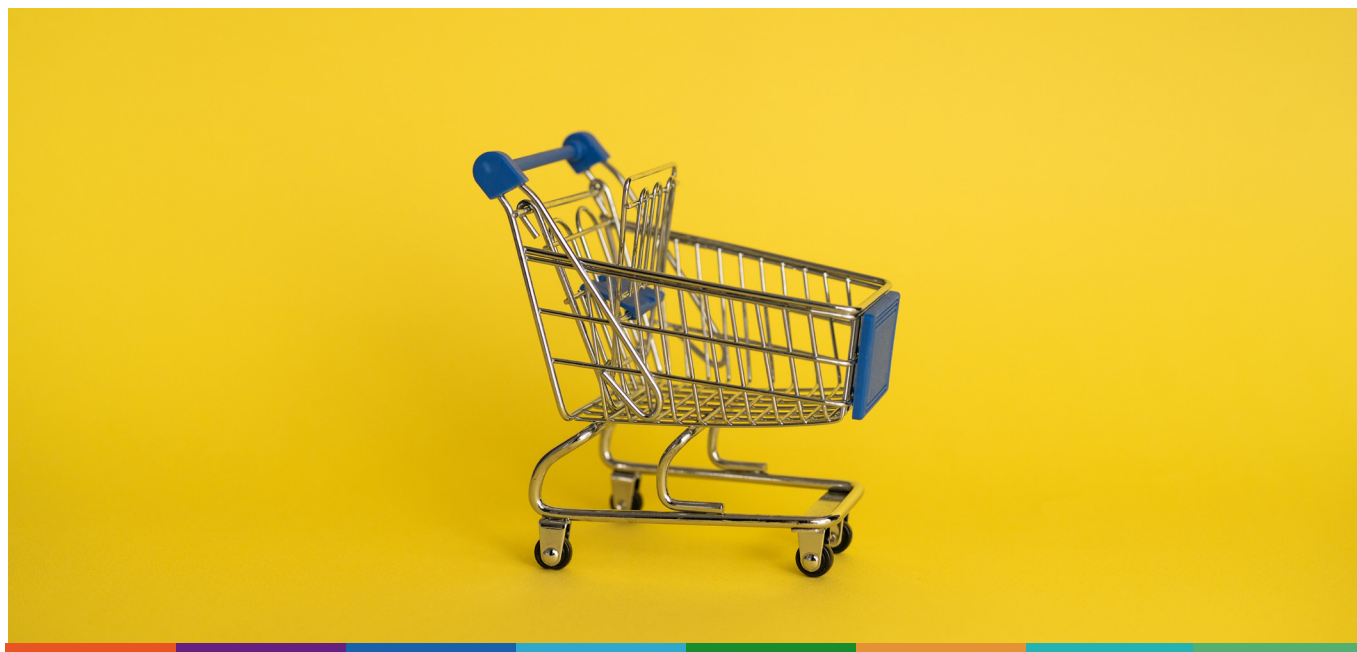
Wat betekent dit voor online verkopers van alcoholhoudende dranken?

De nieuwe Alcoholwet brengt nogal wat uitdagingen met zich mee voor drankenhandelaars, zeker als ze online actief zijn. Tot nu toe is het voldoende om de klant een vinkje te laten zetten bij de opmerking: "Ik ben 18 jaar of ouder" of de klant zijn of haar geboortedatum te laten selecteren in een kalender. Bij telefonische verkoop is een mondelinge verklaring van de klant dat hij of zij 18 jaar of ouder is op dit moment afdoende. Met de nieuwe wet gaat dit veranderen. Het is de bedoeling dat er snel een verplicht leeftijdsverificatiesysteem komt dat de leeftijd van de koper op het aankoopmoment betrouwbaar verifieert.

In de nieuwe wet is al een passage opgenomen waarin online-dienstverleners verplichte leeftijdsverificatie moeten regelen bij online-

aankopen. De invoering en handhaving hierop kan snel gaan, waardoor het goed is om je als dienstverlener nu al een verificatiesysteem in te bouwen of gereed te hebben.

De invoering en handhaving hierop kan snel gaan, waardoor het goed is om je als dienstverlener nu al een verificatiesysteem in te bouwen of gereed te hebben.





Hoe richt je jouw online-verkoop zo in dat je voldoet aan de nieuwe wetgeving?

Verkoop jij online alcoholhoudende dranken? Dan wil je vast weten hoe je jouw verkoopomgeving zo inricht dat je voldoet aan de nieuwe regels. We bespreken de eisen en voorwaarden hieronder. Vervolgens gaan we in op een aantal eID-middelen die hierin uitkomst bieden.

Eisen en voorwaarden:

1. Actieve handeling

Om te voldoen aan de nieuwe wetgeving, is het belangrijk dat het leeftijdsverificatiesysteem dat je nu of binnenkort gebruikt, voldoet aan een aantal voorwaarden. Zo wordt van de koper bijvoorbeeld een actieve handeling verlangd. Denk daarbij aan het actief bevestigen van de leeftijd via een app op je telefoon.

Het leeftijdsverificatiesysteem moet dezelfde procedure bovendien bij elke nieuwe aankoop opnieuw doorlopen. Je mag antwoorden van de koper dus niet met behulp van cookies automatisch opslaan.

2. Dubbele leeftijdscontrole

Ook moet het leeftijdsverificatiesysteem de koper erop attenderen dat de leeftijdscontrole niet alleen op het moment van aankoop plaatsvindt, maar ook op het moment van aflevering.

Het maakt daarbij niet uit of je de drank thuisbezorgt of aan de koper meegeeft bij een afhaalpunt.

3. Bescherming van persoonsgegevens

Daarnaast zijn ook data- en privacybescherming belangrijke onderwerpen. Je leeftijdsverificatiesysteem moet beschikken over de security checks die nodig zijn om te voorkomen dat persoonsgegevens in de verkeerde handen vallen. Kies dus altijd voor een leeftijdsverificatiesysteem dat aansluit bij het principe van 'privacy by design'.

Zo geef je de klant de regie over zijn eigen persoonsgegevens, terwijl jij niet meer informatie hoeft te vragen dan noodzakelijk is voor het voldoen aan de Alcoholwet. Je kunt bovendien het systeem gegevens laten uitvragen. Medewerkers hebben dus geen complete profielen meer van een klant als dat niet nodig is. De verificatie van gevoelige informatie vindt namelijk 'onder water' plaats.

Leeftijdsverificatie met iDIN

Hoewel er nog geen gespecialiseerde leeftijdsverificatiesystemen zijn voor de drankensector, maken veel online opererende drankverkopers al wel gebruik van iDIN. Je kunt deze oplossing zien als het jongere broertje van iDEAL. Net zoals de alom bekende betaaloplossing, maakt iDIN gebruik van bankgegevens. De gebruiker selecteert zijn of haar bank en logt daar vervolgens in.

In de vertrouwde bankomgeving controleert de gebruiker welke persoonsgegevens verstrekt worden en vraagt iDIN om aan te geven of hij of zij wel of niet achttien jaar of ouder is. Door de oplossing uit te breiden met iDIN QR, krijgen bezorgers en verkopers

de mogelijkheid om de leeftijd van de koper te controleren bij het afleveren aan de deur of bij het ophalen van de bestelling bij een afhaalpunt.

Een voordeel van dit systeem is dat het niet automatisch gevoelige informatie (zoals een geboortedatum en BSN) teruggeeft. Je kunt het zo instellen dat de enige informatie die je als verkoper terugkrijgt een 'ja' of 'nee' is. Het nadeel van iDIN is dat mensen niet altijd snappen waarom ze hun bankgegevens moeten delen. Daarbij worden banken ook niet altijd beschouwd als een neutrale partij.

Leeftijdsverificatie met IRMA

Ook IRMA (I Reveal My Attributes) is een oplossing die drankverkopers kunnen inzetten als volwaardig leeftijdsverificatiesysteem. Met IRMA is het namelijk heel makkelijk om een specifiek identiteitskenmerk van een klant te controleren, zoals de wettelijke leeftijdsgrens voor het kopen van alcohol. Je hoeft dus geen berg aan andere, onnodige persoonsgegevens te verwerken. Het voordeel: de nieuwe verplichtingen waaraan je moet voldoen binnen de nieuwe Alcoholwet gaan niet gepaard met veel extra werk.

Om de leeftijdscheck met IRMA aan te bieden, integreer je de IRMA-inlogknop of een specifieke leeftijdscheck-knop '18 jaar en ouder' op je website. Als jouw klant hierop klikt, verschijnt een QR-code in beeld of wordt de IRMA-app meteen geopend. In de app ziet je klant de vraag of hij het leeftijdsattribuut 'ouder dan 18' met jou wil delen. Geeft de klant toestemming? Dan deelt hij alleen de benodigde gegevens, namelijk dat hij 18 jaar of ouder is. Je ontvangt dus geen specifieke persoonsgegevens, zoals een exacte leeftijd, maar

alleen noodzakelijke data. Bovendien zie je dat de gegevens zijn geverifieerd en door wie, in dit geval door de gemeente. Zo weet je als verkoper zeker dat de leeftijd van je klant ook echt klopt.

Naast dataminimalisatie heeft IRMA als groot voordeel dat je rechtstreeks geverifieerde data ophaalt zonder tussenkomst van derden. Je vraagt de benodigde gegevens namelijk direct op bij de eindgebruiker. Als je IRMA ook wilt inzetten als inlogmethode, kun je ook persoonsgegevens opvragen voor de verzending van je product. Denk aan naam, adres en telefoonnummer. Dat biedt jouw klant gemak én veiligheid.

IRMA is beveiligd met de juiste cryptografische protocollen en ISO-gecertificeerd, waardoor de veiligheid geborgd is. De oplossing beantwoordt aan het principe van 'privacy by design'. Daarnaast is IRMA ook volledig open source.



De belangrijkste randvoorwaarden

Naast de 2 bekendste mogelijkheden, iDIN en IRMA, zijn er vooralsnog weinig andere oplossingen op de markt die voldoen aan alle wet- en regelgeving. IRMA en iDIN behoren namelijk tot de weinige systemen die voldoen aan de belangrijkste randvoorwaarden. We zetten die randvoorwaarden kort op een rij.

Betrouwbaarheid

Een eerste vereiste is betrouwbaarheid. Is de oplossing correct in het valideren van de leeftijd? En welke garanties tegen eventueel misbruik of foutief gebruik biedt het systeem?

Realisatietermijn

Hoe snel is het verificatiesysteem te realiseren en implementeren? En is de oplossing direct bruikbaar voor leeftijdsverificatie of moet je eerst nog allerlei zaken aanpassen?

Schaalbaarheid en flexibiliteit

Hoe zit het met de bredere toepasbaarheid van de oplossing? Is het verificatiesysteem ook bruikbaar in andere contexten?

Eenvoud en gebruiksgemak

Een goed leeftijdsverificatiesysteem is makkelijk te begrijpen en gebruiken voor zowel winkeliers als klanten. Moeten ze handelingen verrichten die evident zijn? Kunnen verkopers een systeem makkelijk in gebruik nemen? En hoe is het gesteld met het gebruiksgemak voor de klant?

Businessmodel en betaalbaarheid

Het kostenplaatje speelt natuurlijk ook een rol. Hoe zit het met de aanvaardbare kosten per

leeftijdsverificatie en wat moet een winkelier investeren om een systeem te kunnen gebruiken?

Privacy en wetgeving

De wetgeving, vooral op het gebied van privacy, is ook een belangrijke randvoorwaarde. Is de privacy van gebruikers gewaarborgd? En past een leeftijdsverificatiesysteem binnen bestaande wettelijke kaders of moet de wetgeving of juist de oplossing worden aangepast? Zoals de zaken er nu voorstaan, lijkt een oplossing minimaal aan het eIDAS-niveau (door de EU-lidstaten gemaakte afspraken over begrippen, betrouwbaarheidsniveaus en een gemeenschappelijke digitale infrastructuur) 'substantieel' te moeten voldoen. Kijk dus goed na of de gekozen oplossing hier daadwerkelijk aan voldoet.

Veiligheid

De laatste, maar zeker niet onbelangrijkste randvoorwaarde voor een leeftijdsverificatiesysteem is de veiligheid. Is de oplossing voldoende beveiligd tegen identiteitsfraude en diefstal?



Meer informatie

De nieuwe Alcoholwet brengt diverse belangrijke wijzigingen met zich mee op het vlak van online-registraties en -verificaties. Om boetes te voorkomen, is het belangrijk om je informatielandschap en online-verkoopomgeving tijdig aan te passen aan de nieuwe eisen.

Kun je daar wel wat hulp en een deskundig advies bij gebruiken? En ben je benieuwd naar de mogelijkheden die een oplossing als IRMA biedt bij het inrichten van een waterdicht leeftijdsverificatiesysteem? Neem dan gerust vrijblijvend **contact** op met SIDN.

Team IRMA (SIDN)

support.irma@sidn.nl

+31 (0)26 352 55 55

