

*Dirk J. Korf Jennifer Doekhie Marije Wouters*

# Amsterdamse coffeeshops en hun bezoekers

*Bonger* 18 *Reeks*



# **Amsterdamse coffeeshops en hun bezoekers**

Dirk J. Korf, Jennifer Doekhie & Marije Wouters

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de gemeente Amsterdam.

Korf, DJ, Doekhie, J & Wouters M

Amsterdamse coffeeshops en hun bezoekers / D.J. Korf, J. Doekhie & M. Wouters

Met lit. opgave

Amsterdam: Rozenberg Publishers (2011)

ISBN: 978 90 3610 236 0

NUR 740

Trefw.: Coffeeshop, Amsterdam

© 2011, de auteurs.

# Inhoudsopgave

<b>INHOUDSOPGAVE .....</b>	<b>3</b>
<b>1 INLEIDING.....</b>	<b>5</b>
LANDELIJK KADER .....	5
PILOT AMSTERDAM.....	5
ONDERZOEKSFASE 1: VERKENNEND ONDERZOEK IN ENKELE AMSTERDAMSE BUURTEN .....	6
ONDERZOEKSFASE 2: VERBREIDING EN VERDIEPING .....	7
ONDERZOEK VANUIT HET PERSPECTIEF VAN DE COFFEESHOPS.....	8
VELDWERK: AANTALLEN ONDERZOCHE COFFEESHOPS .....	9
<b>2 OMGEVING EN BUITENKANT VAN COFFEESHOPS .....</b>	<b>11</b>
OMGEVING .....	11
TYPE STRAAT EN BEREIKBAARHEID .....	14
AANBLIK VAN DE COFFEESHOP .....	17
TYOLOGIE .....	19
SAMENVATTING .....	21
<b>3 BEDRIJFSVOERING EN LOCATIEKEUZE .....</b>	<b>23</b>
BEDRIJFSVOERING EN PERSONEEL .....	23
TEVREDENHEID MET HUIDIGE LOCATIE.....	24
DE BESTE BUURT VOOR EEN COFFEESHOP IN AMSTERDAM.....	24
BUURTEN WAAR NOG WEL EEN COFFEESHOP BIJ KAN .....	25
VERPLAATSING VANWEGE SCHOOL IN DE BUURT .....	25
CONCLUSIE .....	26
<b>4 INRICHTING .....</b>	<b>27</b>
PERSONEEL.....	27
ZITPLAATSEN.....	27
AFHAALBALIE .....	28
OVERIGE FACILITEITEN .....	28
SAMENVATTING EN CONCLUSIE.....	28
<b>5 OPENINGSTIJDEN EN AANTAL BEZOEKERS.....</b>	<b>29</b>
OPENINGSTIJDEN EN PIEK- EN DALUREN.....	29
AANTALLEN BEZOEKERS VOLGENS EXPLOITANTEN .....	30
TELLINGEN .....	31
BEZOEKERSPROFIEL .....	32
CONCLUSIE .....	33
<b>6 OVERLAST .....</b>	<b>35</b>
OBSERVATIES .....	35
KLACHTEN VOLGENS EXPLOITANTEN.....	37
CONCLUSIE .....	38
<b>7 BEZOEKERSPROFIEL EN VOORKEUREN .....</b>	<b>39</b>
STEEKPROEF, RESPONS EN REPRESENTATIVITEIT .....	39
LEEFTIJD, GESLACHT EN ETNICITEIT .....	40
WOONPLAATS.....	41
CANNABISGEBRUIK.....	42

COFFEESHOPBEZOEK.....	42
VOORKEUR VOOR GROTE OF KLEINE COFFEESHOP .....	44
ZITTEN OF HALEN? .....	45
SAMENVATTING EN CONCLUSIE.....	46
<b>8 MOTIEVEN VOOR COFFEESHOPBEZOEK .....</b>	<b>47</b>
COFFEESHOPBEZOEK IN HET ALGEMEEN .....	47
BEZOEK AAN DEZE COFFEESHOP .....	48
VIER CLUSTERS .....	50
VERDELING VAN DE CLUSTERS OVER DE STAD .....	55
VERDELING VAN DE CLUSTERS OVER ZITTERS EN HALERS .....	56
CONCLUSIE .....	56
<b>9 BEZOEKERSSTROMEN .....</b>	<b>59</b>
REISTIJD EN VERVOER NAAR COFFEESHOP.....	59
AFSTAND TOT DE COFFEESHOP EN VERVOER .....	59
COFFEESHOP IN DE EIGEN WOONBUURT .....	60
BEZOEKERSSTROMEN NAAR COFFEESHOPS .....	61
CONCLUSIE .....	63
<b>10 DE WIETPAS.....</b>	<b>67</b>
EXPLOITANTEN .....	67
KLANTEN.....	68
CONCLUSIE .....	70
<b>11 SAMENVATTING &amp; CONCLUSIES .....</b>	<b>71</b>
OMGEVING EN BUITENKANT VAN COFFEESHOPS .....	71
EXPLOITANTEN EN BEDRIJFSVOERING .....	71
COFFEESHOPS VAN BINNEN.....	72
OVERLAST .....	72
AANTALLEN BEZOEKERS EN PROFIEL .....	72
DE BEZOEKERS.....	73
MOTIEVEN VOOR COFFEESHOPBEZOEK .....	73
ZITTERS EN HALERS.....	74
BEZOEKERSSTROMEN .....	74
DE WIETPAS.....	74
<b>LITERATUUR.....</b>	<b>77</b>
<b>BIJLAGE I TABELLEN CLUSTERS .....</b>	<b>79</b>

# 1 Inleiding

Het Nederlandse cannabisbeleid is de laatste jaren volop in beweging. Naast een intensivering van de aanpak van de ‘achterdeur’ (hennepkwekerijen, growshops) is er veel gaande rondom de ‘voordeur’: de coffeeshops. De landelijke ontwikkelingen hebben consequenties voor lokaal beleid, niet in het minst voor Amsterdam, waar ongeveer een derde van alle coffeeshops in Nederland is gevestigd.<sup>1</sup> Volgens de meest recente cijfers heeft Amsterdam 222 coffeeshops. Een groot deel hiervan is gevestigd in het centrum, waarvan 76 in het 1012 gebied. De rest is onevenwichtig verspreid over de rest van de stad. Zuidoost heeft geen enkele coffeeshop, net als Westpoort (een stadsdeel met veel bedrijven en weinig bewoners). In andere stadsdelen zijn ze soms geconcentreerd in een relatief klein gebied, of liggen ze juist uit elkaar. Dit rapport gaat over Amsterdam en richt zich uitsluitend op de coffeeshops (en dus niet de achterdeur).

## Landelijk kader

In september 2009 stuurde het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport de ‘Hoofdlijnenbrief drugsbeleid’ naar de Tweede Kamer.<sup>2</sup> Daarin staat dat het coffeeshopbeleid zich de komende jaren richt op drie doelen:

- bevorderen van kleinschaligheid van coffeeshops
- beheersing van het aantal coffeeshops
- bestrijding van de georganiseerde criminaliteit (met een goed evenwicht tussen bestuurs- en strafrecht).

## Pilot Amsterdam

Aansluitend hierop heeft de minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) in april 2010 alle gemeenten met coffeeshops uitgenodigd om een voorstel in te dienen met als doel *het verminderen van overlast* en *het bevorderen van kleinschaligheid en beheersbaarheid van coffeeshops*. De gemeente Amsterdam is op deze uitnodiging ingegaan en heeft subsidie ontvangen voor het uitvoeren van een pilot. Binnen Amsterdam is de Bestuursdienst/OOV verantwoordelijk voor de uitvoering van de pilot.

Met de pilot wil de Gemeente Amsterdam het volgende bereiken:

---

<sup>1</sup> Volgens de laatste telling, van 2009, waren er in Nederland 666 coffeeshops (Bieleman & Nijkamp, 2010).

<sup>2</sup> Deze brief is opgesteld naar aanleiding van een wetenschappelijke evaluatie van het Nederlandse drugsbeleid van de afgelopen 15 jaar (Van Laar & Van Ooyen-Houben, 2009) en het advies van de Adviescommissie Drugsbeleid (2009).

*Algemeen ten aanzien van de coffeeshops:*

- Kleinschaligheid
- Transparantie, beheersbaarheid
- Spreiding
- Minder overlast

*Specifiek in de pilot:*

- Beter beeld van de coffeeshops in de stad
- Maatregelen om overlast te verminderen
- Vestigingscriteria / programma van eisen coffeeshops
- Uitvoeringsplan: selectie / verplaatsen (nieuwe) coffeeshops

Onderzoek vormt een belangrijk onderdeel van de pilot. In de eerste fase is een verkennend onderzoek gedaan in enkele buurten in Amsterdam met coffeeshops. In de tweede fase is dit coffeshoponderzoek verbreed naar de hele stad en is daarnaast buurtonderzoek gedaan naar coffeeshops en overlast

### **Onderzoeksfase 1: Verkennend onderzoek in enkele Amsterdamse buurten**

Voor het eerste deel van de pilot hebben we in opdracht van OOV onderzoek gedaan naar bezoekersstromen van coffeeshops, motieven voor bezoek en criteria voor spreiding in Amsterdam.<sup>3</sup> Dit onderzoek vond plaats in enkele buurten in de stadsdelen West en Oost en is gebaseerd op enquêtes van bezoekers, interviews met eigenaren of personeel en observaties. De belangrijkste bevindingen worden hieronder weergegeven.

#### *Bezoekersstromen*

Het aantal bezoekers per coffeshop varieert van een kleine kring van vaste klanten tot circa 300 bezoekers per dag. De meeste bezoekers komen achter in de middag en de vroege avond en duidelijk meer mannen dan vrouwen bezoeken coffeeshops. De meeste bezoekers zijn in de twintig of dertig, maar zowel in West als Oost komen ook bezoekers ouder dan veertig. In West is iets meer dan de helft van de bezoekers van Marokkaanse afkomst, in Oost is er meer variatie en komen ook vrij veel Surinamers en autochtonen in de coffeeshops. Autochtonen en westerse allochtonen komen veel vaker op de fiets en minder met de auto dan niet-westerse allochtonen.

#### *Motieven voor bezoek*

Eén van de belangrijkste aantrekkingsfactoren van een coffeshop is de kwaliteit van de cannabis. Daarna scoren factoren die te maken hebben met de setting, zoals vriendelijkheid personeel, goede sfeer, gezellig kunnen zitten, aanwezigheid van een rookruimte etc. Over het algemeen prefereren de ondervraagde bezoekers kleinere boven grotere coffeeshops. Bereikbaarheid is

---

<sup>3</sup> Korf & Liebrechts (2010).



voor de helft van de bezoekers een belangrijk criterium. Het gaat dan om lage parkeertarieven, parkeergelegenheid, bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer. Bereikbaarheid lijkt belangrijker dan de nabijheid van de coffeeshop tot huis. Een deel van de ondervraagde bezoekers heeft juist geen behoefte aan een coffeeshop dicht bij huis. Voor de meeste bezoekers is het onbelangrijk dat een coffeeshop in een uitgaansbuurt ligt of in de buurt van winkels.

#### *Criteria voor spreiding*

Uitgaande van de vraagzijde lijkt spreiding het meest aangewezen naar Nieuw-West en Zuidoost, hoewel relatief veel cannabisgebruikers uit de westelijke tuinsteden niet erg enthousiast lijken over een coffeeshop dicht bij huis.

### **Onderzoeksfase 2: Verbreding en verdieping**

De tweede onderzoeksfase binnen de pilot kan worden gezien als een verbreding en verdieping van de eerste fase. In de tweede fase is stadsbreed onderzocht wat motieven zijn voor coffeeshopbezoek (push- en pullfactoren). Daarnaast is onderzocht wat de (verwachte) gevolgen zijn van softdrugsverkoop op de overlastbeleving van bewoners in de buurt. Omdat stadsdeel Centrum te maken heeft met een veelheid aan factoren, zoals culturele voorzieningen, monumenten, uitgebreid horeca aanbod en toerisme, alsmede met specifiek beleid voor het 1012 gebied (op en rond de Wallen), is het centrum slechts gedeeltelijk meegenomen. De 26 coffeeshops in het 1012 gebied die op basis van de gebiedsgerichte aanpak de komende jaren moeten sluiten, zijn niet meegenomen.<sup>4</sup>

In het tweede deel van de pilot zijn ook de volgende aspecten van het regeerakkoord meegenomen:

- Coffeeshops worden besloten clubs die alleen voor meerderjarige inwoners van Nederland toegankelijk zijn op vertoon van een clubpas (de 'wietpas').
- Er komt een afstand van tenminste 350 meter tussen scholen en coffeeshops. De minister verscherpt het landelijk beleid en ziet erop toe dat gemeenten het afstandscriterium en de overige relevante delen van het landelijk beleid in hun vergunningen handhaven.

#### *Twee deelonderzoeken*

De tweede onderzoeksfase behelsde twee deelonderzoeken. Ten eerste onderzoek vanuit het *perspectief van de coffeeshops*. Daarvan wordt in dit rapport verslag gedaan. Ten tweede onderzoek vanuit het *perspectief van de buurt*, uitgevoerd door de Dienst Onderzoek en Statistiek (O+S). Daarover wordt afzonderlijk gerapporteerd.

---

<sup>4</sup> Naar de (bezoekers en omwonenden van deze) coffeeshops is al eerder onderzoek gedaan, o.a. Benschop et al. (2009).

### **Onderzoek vanuit het perspectief van de coffeeshops**

Dit deel van het onderzoek moet antwoord geven op de vraag hoe coffeeshops transparanter kunnen opereren waardoor ze meer beheersbaar zijn. Hiervoor hebben we vier soorten gegevens verzameld:

- Functioneren van coffeeshops
- Mening van ondernemers/exploitanten
- Mening van de bezoekers
- Observaties in en om de coffeeshops

#### *Kenmerken coffeeshops*

Van alle coffeeshops (met uitzondering van de 26 coffeeshops in het 1012 gebied) zijn de volgende locatiekenmerken genoteerd:

- De coffeeshop en directe omgeving (o.a. terras, parkeergelegenheid, doorgaande straat).
- Buurtkenmerken: in woonwijk, nabijheid van andere voorzieningen.

Deze gegevens zijn volgens een vaste methodiek in kaart gebracht, in de namiddag (15:00–18:00 uur) of vooravond (18:00–21:00 uur) van donderdag, vrijdag of zaterdag.

#### *Interviews exploitanten*

Vervolgens zijn exploitanten benaderd van alle coffeeshops buiten het centrum, plus van een selectie van coffeeshops in het centrum (met uitzondering van het 1012 gebied).

De exploitanten is verzocht mee te werken aan een interview, en om toestemming gevraagd voor observaties/tellingen in de coffeeshop en een enquête onder bezoekers. De interviews met exploitanten bestreken de volgende thema's:

- Ervaringen met huidige locatie (waarom deze plek?)
- Overige ervaringen functioneren coffeeshop (bedrijfsvoering, overlast)
- Openingstijden, bezoektijden (piek- en daluren, doordeweeks/weekend)
- Aantal bezoekers, zitters en halers
- Mening over (verwachte effecten van) de 'wietpas'
- Eventuele belangstelling voor vestiging elders in de stad (gewilde en niet-gewilde locaties/buurtten)

#### *Observaties en tellingen*

In de coffeeshops waarvoor toestemming is verkregen zijn observaties/tellingen gedaan van aantallen klanten, verdeling zitters/afhalers en (indien relevant) wel/niet toerist. Dit gebeurde volgens een vaste systematiek: 2 x 2 uur per coffeeshop (dus samen 4 uur per coffeeshop), tussen 15:00–18:00 en tussen 18:00–21:00 uur, op twee verschillende dagen (donderdag, vrijdag of zaterdag). Omdat in de meeste gevallen de genoteerde aantallen niet doorgetrokken kunnen worden naar de volledige openingstijd, is gekozen voor een typologie/categorisering.

Van observaties/tellingen is afgezien bij coffeeshops met (heel) weinig bezoekers en/of overwegend toeristen. In deze gevallen hoefde ook geen toestemming gevraagd worden aan de exploitant.

#### *Bezoekersenquête*

Tegelijkertijd met de observaties/tellingen is een *bezoekersenquête* gehouden. Dit gebeurde grotendeels aan de hand van de vragenlijst die is gebruikt in de eerste onderzoeksfase. Hierin kwamen de volgende thema's aan bod:

- Profiel bezoekers
- Bezoekersstromen
- Motieven voor bezoek

De vragenlijst werd aangevuld met enkele extra items, onder andere over de 'wietpas'.

Toeristen c.q. bezoekers die onvoldoende Nederlands spreken zijn buiten beschouwing gelaten, maar werden wel meegenomen in de observaties/tellingen.

#### **Veldwerk: aantallen onderzochte coffeeshops**

Het officiële aantal coffeeshops in Amsterdam was bij aanvang van het veldwerk 222: 148 in stadsdeel Centrum gevestigd en 74 daarbuiten. De 26 coffeeshops die in het 1012 gebied liggen en op basis van de gebiedsgerichte aanpak moeten sluiten, zijn niet meegenomen, dus bleven 122 in Centrum over. Van deze 122 was één coffeeshop (tijdelijk) buiten bedrijf. In totaal is dus gestart met een aantal coffeeshops van **195** (221-26). Al deze coffeeshops zijn geobserveerd. In deze observaties is alleen de buitenkant meegenomen.

#### *Interviews exploitanten*

Aansluitend is een selectie van deze coffeeshops benaderd voor een interview met de exploitanten/bedrijfsleiders. Na uitsluiting van alle coffeeshops in het 1012-gebied resteerden 147 coffeeshops. Hiervan waren er twee (in Centrum) vanwege een verbouwing tijdelijk gesloten, zodat 145 coffeeshops overbleven. De exploitanten/bedrijfsleiders van **66** coffeeshops konden worden geïnterviewd.

Alle 74 coffeeshops buiten Centrum werden benaderd en hiervan deden er 45 mee. In Centrum waren vrij veel coffeeshops niet geschikt voor ons onderzoek omdat een groot deel van de bezoekers uit toeristen bestond. In dit stadsdeel is gezocht naar coffeeshops met niet meer dan 80% toeristen. Dit was niet eenvoudig, omdat vrij veel coffeeshops onder die voorwaarde (te) rustig zijn. (Coffeeshops in Centrum hebben vaak óf een hoog percentage toeristen óf zijn erg rustig). Uiteindelijk zijn in dit stadsdeel 21 coffeeshops geselecteerd en bereid gevonden om mee te werken (in de Haarlemmerbuurt, Jordaan, grachtengordel, in het oostelijk deel van Centrum en een enkele coffeeshop op of rond het Rembrandtplein).

### *Observaties, tellingen en bezoekersenquête*

In deze interviews is ook toestemming gevraagd om observaties te doen binnen de coffeeshops en om bezoekers te mogen enquêteren. Dat lukte in **59** coffeeshops: 20 van de zojuist genoemde 21 coffeeshops in Centrum en 39 in de rest van de stad. Van de 74 coffeeshops buiten Centrum zaten vier middenin een verbouwing en waren daarom niet geschikt voor de observaties/tellingen en de bezoekersenquête. Nog eens 13 hadden uitsluitend een afhaalbalie en waren óf te klein om hier observaties te doen en bezoekers te interviewen óf de exploitanten zagen het niet zitten. (Bij een deel van deze shops kon overigens wel de exploitant/bedrijfsleider geïnterviewd worden). Van de aldus resterende 57 buiten het Centrum hebben er uiteindelijk 39 meegedaan; de andere 18 gaven geen toestemming of hadden te weinig bezoekers.

*Tabel 1.1 Aantallen onderzochte coffeeshops*

<i>Observaties buiten</i>		<i>Interviews Exploitanten</i>		<i>Observaties binnen + bezoekersenquête</i>	
<i>Coffeeshops ( excl. 26 coffeeshops in 1012)</i> 195		<i>Coffeeshops (excl. 1012):</i> 145		<i>Coffeeshops (excl. 1012):</i> 128	
<i>Centrum</i>	<i>Overig</i>	<i>Centrum</i>	<i>Overig</i>	<i>Centrum</i>	<i>Overig</i>
121	74	71	74	71	57
<i>Gerealiseerd: 195</i>		<i>Gerealiseerd: 66</i>		<i>Gerealiseerd: 59</i>	
<i>Centrum</i>	<i>Overig</i>	<i>Centrum</i>	<i>Overig</i>	<i>Centrum</i>	<i>Overig</i>
121	74	21	45	20	39

## 2 Omgeving en buitenkant van coffeeshops

Veruit de dichtste concentratie coffeeshops treffen we aan op en rond de Wallen, in het zogeheten '1012-gebied'. Daar is één op de drie coffeeshops gevestigd. Een deel hiervan (26) zal moeten verdwijnen en die coffeeshops laten we buiten beschouwing. Dit hoofdstuk gaat over de overige Amsterdamse coffeeshops. In principe zouden dat er 196 moeten zijn, maar één hiervan blijkt ten tijde van ons onderzoek (tijdelijk) buiten bedrijf. Resteren dus **195** coffeeshops. Al deze coffeeshops hebben we ter plekke aan de hand van een observatielijst systematisch in kaart gebracht. Soms had de coffeeshop een andere naam dan in het overzicht van de gemeente. Twee coffeeshops zaten in een dusdanig ingrijpende verbouwing dat zij tijdelijk gesloten waren voor klanten. Toch hebben we zoveel mogelijk kenmerken van (de omgeving van) deze twee coffeeshops meegenomen in de observaties.

In dit hoofdstuk geven we eerst een overzicht van enkele kenmerken van de directe omgeving, in het algemeen en waar zinvol bespreken we opvallende verschillen tussen stadsdelen. Vervolgens doen we hetzelfde voor enkele uiterlijke kenmerken van de coffeeshop, dat wil zeggen hoe de coffeeshop er van buitenaf uit ziet. Afsluitend worden de afzonderlijke aspecten samengebracht in een typologie en gaan we na hoe de verschillende typen coffeeshops verdeeld zijn over de stad.

Alleen in het laatste deel is gebruikgemaakt van statistische toetsen. Wanneer in de eerste delen van dit hoofdstuk gesproken wordt van verschillen tussen stadsdelen, zijn deze zo overduidelijk dat statistische toetsing overbodig was.

### Omgeving

Van de geobserveerde 195 coffeeshops zijn er 111 gevestigd in stadsdeel Centrum, 4 in Noord, 13 in Oost, 28 in Zuid en 39 in West, waarvan twee in Nieuw-West. (Vanwege het kleine aantal nemen we de twee coffeeshops in Nieuw-West mee bij stadsdeel West).

Onder omgeving wordt verstaan: dat wat lopend of fietsend, op weg naar of langs een coffeeshop *binnen een straal van 200 meter* valt waar te nemen.<sup>5</sup>

### Winkels

Er zijn weinig coffeeshops zonder winkels in de omgeving (3%), ongeveer een op de drie coffeeshops ligt in een straat met overwegend winkels (35%). De rest heeft een paar winkels in de omgeving (22%) of ongeveer evenveel winkels als woningen (41%). Vooral de coffeeshops in Centrum hebben veel winkels in hun omgeving.

---

<sup>5</sup> Dit is niet met een meetlint gemeten. Als praktisch richtsnoer gold: de lijnrechte afstand tussen het Paleis op de Dam en hotel Krasnapolsky.

Tabel 2.1 *Winkels in omgeving van coffeeshop*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen winkels (alleen woningen)	0	1	2	0	2	5
Enkele winkels (overwegend woningen)	9	2	8	4	19	42
Gemengd winkels/woningen	43	1	1	19	16	80
Overwegend winkels	59	0	2	5	2	68
Totaal	111	4	13	28	39	195

### *Bedrijven<sup>6</sup>*

Ongeveer een op de vijf coffeeshops heeft geen bedrijven (anders dan winkels) in de omgeving (21%). Iets meer dan de helft heeft er enkele (52%), de rest heeft veel bedrijven in de omgeving (12%) of zit er tussenin (16%).

Tabel 2.2 *Bedrijven in omgeving van coffeeshop*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	16	3	4	12	5	40
Enkele	52	0	6	14	29	101
Tussenin	24	1	1	1	4	31
Veel	19	0	2	1	1	23
Totaal	111	4	13	28	39	195

### *Restaurants en eetgelegenheden*

Er zijn weinig coffeeshops met helemaal geen restaurants of andere eetgelegenheden (snackbars niet meegerekend) in de omgeving (4%), terwijl ruim de helft er juist veel van in de omgeving heeft (58%). Bij de rest zijn het enkele (20%) of zitten ze tussen enkele en veel in (19%). Vooral de coffeeshops in Centrum liggen in een omgeving met veel eetgelegenheden.

Tabel 2.3 *Restaurants en eetgelegenheden in omgeving van coffeeshop*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	0	0	3	1	4	8
Enkele	9	3	4	6	16	38
Tussenin	8	1	4	6	17	36
Veel	94	0	2	15	2	113
Totaal	111	4	13	28	39	195

### *Snackbars*

Ongeveer een op de acht coffeeshops heeft geen snackbar in de omgeving (13%). Bij de rest is het vrij gelijk verdeeld over weinig (28%) en veel (30%) snackbars of ze zitten er tussenin (29%). Vooral de coffeeshops in Centrum hebben veel snackbars in de omgeving.

<sup>6</sup> Kleine en grotere kantoren, bedrijven, bedrijventerreinen, etc.

Tabel 2.4 *Snackbars in omgeving van coffeeshop*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	5	3	6	2	9	25
Weinig	28	1	5	8	13	55
Tussenin	28	0	2	14	13	57
Veel	50	0	0	4	4	58
Totaal	111	4	13	28	39	195

#### *Andere coffeeshops*

Slechts een klein deel heeft geen andere coffeeshops in de omgeving (13%). Iets meer liggen nabij één andere coffeeshop (17%), nog iets meer hebben twee coffeeshops in de omgeving (21%) en de helft drie of meer (50%). Dit laatste geldt vooral voor Centrum, terwijl het helemaal niet voorkomt in Noord en Oost.

Tabel 2.5 *Andere coffeeshops in omgeving van coffeeshop*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	4	2	6	2	12	26
Eén	12	2	6	5	8	33
Twee	13	0	1	12	14	40
Drie of meer	83	0	0	9	5	97
Totaal	111	4	13	28	39	195

#### *Cafés en clubs*

Er zijn weinig coffeeshops zonder café of club in de omgeving (5%). Ruim de helft heeft er veel (53%). De rest heeft er enkele (16%) of zit er tussenin (25%). Vooral de coffeeshops in Centrum hebben veel cafés en/of clubs in de omgeving.

Tabel 2.6 *Cafés en clubs in omgeving van coffeeshop*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	0	1	2	1	6	10
Weinig	3	3	5	4	17	32
Tussenin	16	0	3	14	16	49
Veel	92	0	3	9	0	104
Totaal	111	4	13	28	39	195

#### *Scholen*

Bij de observaties hebben we uitsluitend gekeken of er vanaf de coffeeshop *zichtbaar* scholen aanwezig zijn. Voor de overgrote meerderheid van de coffeeshops is dit niet het geval (94%). Is er wel een school zichtbaar, dan betreft het 1 keer een peuter-/kleuterschool, 5 keer een basisschool en 6 keer een andere opleiding (ROC, hbo, universiteit).

Tabel 2.7 Scholen te zien vanaf coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen school zichtbaar aanwezig	107	3	11	24	38	183
Wel zichtbaar aanwezig	4	1	2	4	1	12
Totaal	111	4	13	28	39	195

#### Overige voorzieningen

Ongeveer één op de vijf coffeeshops ligt in de omgeving van een bioscoop (21%) – en dat is bijna altijd in Centrum. Bij iets minder ligt er (ook) een speeltuin(tje) in de omgeving (17%), meestal een veldje met een paar toestellen. Nog iets minder vaak is er (ook) een sportclub of sport-school in de omgeving (14%). Slechts een paar coffeeshops liggen nabij een jongeren centrum (3%). Vooral coffeeshops in Oost hebben geen van dergelijke voorzieningen in hun omgeving.

Tabel 2.8 Overige voorzieningen in omgeving van coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Jongeren centrum	0	1	0	1	3	5
Sportclub	16	0	0	1	11	28
Speeltuin(tje)	3	2	3	9	17	34
Bioscoop	39	0	0	2	0	41
Totaal	58	3	3	13	31	110

#### Type straat en bereikbaarheid

Bij ruim de helft van de coffeeshops is er druk (42%) of zelfs heel druk (14%) verkeer in de straat. Bij de meeste andere coffeeshops is er matig verkeer (36%) en bij de rest weinig of geen verkeer (8%) in de straat.

Ruim de helft van de coffeeshops ligt in een straat met eenrichtingsverkeer (51%) en ruim één op de drie aan een doorgaande weg (37%).<sup>7</sup> Krap één op de tien coffeeshops ligt in een straat waar alleen fietsers mogen rijden (8%) en dat zijn bijna allemaal shops in Centrum. Slechts een paar coffeeshops zijn gevestigd in een doodlopende straat.

Tabel 2.9 Verkeer in de straat waar coffeeshop ligt

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Weinig/niet	7	2	2	0	5	16
Matig	40	2	4	15	9	70
Druk	47	0	2	12	20	81
Heel druk	17	0	5	1	5	28
Totaal	111	4	13	28	39	195

<sup>7</sup> Een doorgaande weg is een verbindingsweg met twee open einden die op een andere weg uitkomen.



Tabel 2.10 Type straat waar coffeeshop ligt \*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Doodlopend	3	0	0	1	0	4
Eenrichtingsweg	64	2	3	19	12	100
Doorgaande weg	27	2	10	7	27	73
Uitsluitend fietsers (en voetgangers)	15	0	0	1	0	16
Totaal	109	4	13	28	39	193

\* Soms was geen eenduidige score mogelijk, bijvoorbeeld: weg 's avonds afgesloten voor auto's, maar dan wel toegankelijk voor fietsers.

### Openbaar vervoer

Veel coffeeshops liggen dicht bij een halte van het openbaar vervoer. Bij een op de zeven coffeeshops (14%) stopt het openbaar vervoer zelfs (vrijwel) voor de deur en bij 60% is het minder dan vijf minuten lopen. Als het verder lopen is, dan meestal toch nog binnen tien minuten (25%) en zelden langer (1%). Vooral de coffeeshops in Centrum en West liggen heel dicht bij het openbaar vervoer.

Tabel 2.11 Afstand halte openbaar vervoer tot coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Voor de deur	15	0	2	2	9	28
Minder dan 5 minuten lopen	68	1	5	18	24	116
5 – 10 minuten	27	3	6	8	5	49
Langer dan 10 minuten	1	0	0	0	1	2
Totaal	111	4	13	28	39	195

Bij de meeste coffeeshops rijdt het (dichtstbijzijnde) openbaar vervoer om de paar minuten (67%) en bij de rest rijdt het bijna altijd elke vijf tot tien minuten (32%). Nooit is het langer dan een kwartier wachten op het openbaar vervoer. Vooral bij de coffeeshops in Centrum rijdt frequent openbaar vervoer.

Tabel 2.12 Frequentie openbaar vervoer in nabijheid coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Om de paar minuten	106	0	3	12	9	130
Elke 5 – 10 minuten	5	3	10	16	28	62
Elke 11 – 15 minuten	0	1	0	0	2	3
Langer dan 15 minuten	0	0	0	0	0	0
Totaal	111	4	13	28	39	195

### Parkeren met de auto

Bij de meeste coffeeshops is er parkeergelegenheid (voor auto's) voor de deur (60%) of binnen 50 meter (33%). Alleen in Centrum is het soms wat verder weg. Het vinden van een vrije parkeerplek binnen een straal van 50 meter is echter bij veel coffeeshops moeilijk (33%) of zelfs

heel moeilijk (46%). Bij een kleine minderheid is het gemakkelijk (8%) en bij de rest 'normaal' (13%). Heel moeilijk is het vooral in Centrum en daarnaast bij een paar coffeeshops in Oost en een enkele coffeeshop in West.

Tabel 2.13 Parkeergelegenheid in nabijheid coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Voor de deur	45	3	12	26	31	117
Minder dan 50 meter	52	1	1	2	8	64
Op 50 -200 meter	13	0	0	0	0	13
Verder dan 200 meter	1	0	0	0	0	1
Totaal	111	4	13	28	39	195

Tabel 2.14 Vrije parkeerplek vinden binnen straal van 50 meter rondom coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Heel moeilijk	85	0	4	0	1	90
Moeilijk	17	1	7	18	21	64
Normaal	6	1	1	6	11	25
Gemakkelijk	3	2	1	4	6	16
Totaal	111	4	13	28	39	195

In Centrum is het parkeertarief het hoogst en aangezien veel coffeeshops in dit stadsdeel liggen, is het niet verrassend dat het parkeertarief in de nabijheid van coffeeshops vaak hoog is (vanaf € 4,00 per uur; 70%). Zelden is parkeren gratis (3%), dit kan vooral bij coffeeshops in Noord. Iets vaker is het parkeertarief 'laag' (minder dan € 2,50 per uur; 8%) en nog iets vaker tussen laag en hoog (rond € 3,00 per uur; 20%).

Vooraf in Centrum kun je (afgezien van de ochtend) niet gratis parkeren. De hoge concentratie van coffeeshops in dit stadsdeel verklaart waarom het nabij coffeeshops in Amsterdam zondag vaak niet vrij parkeren is (59%). Bij de meeste coffeeshops in de andere stadsdelen is het dan wel gratis.

Tabel 2.15 Parkeertarief in nabijheid coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Gratis	0	4	0	1	1	6
Laag (< € 2,50 per uur)	0	0	4	2	9	15
Tussenin (€ 3,00 per uur)	1	0	4	13	20	38
Hoog (€ 4,00 of meer per uur)	110	0	5	12	9	136
Totaal	111	4	13	28	39	195

Tabel 2.16 Zondag gratis parkeren in nabijheid coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Ja	1	4	12	27	36	80
Nee	110	0	1	1	3	115
Totaal	111	4	13	28	39	195

### Aanblik van de coffeeshop

Er zijn coffeeshops waar voor voorbijgangers meteen duidelijk is dat er cannabis verkocht en gebruikt wordt, terwijl andere niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn en soms helemaal niet opvallen in het straatbeeld.

Het vaakst hebben coffeeshops een smalle gevel (35%), soms zelfs heel smal en is van de buitenkant alleen de deur zichtbaar. Bij wat minder coffeeshops zit de grootte van de gevel tussen smal en breed (26%). Iets minder dan een op de tien coffeeshops heeft een brede gevel (9%), bijvoorbeeld met een glazen erker. Ten slotte zit een op de drie coffeeshops (31%) in een hoekpand, een dubbel pand, of anderszins groter pand. De variatie in grootte van de panden is tamelijk gelijk verdeeld over de stadsdelen.

Tabel 2.17 Grootte van de gevel van de coffeeshop \*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Smal	37	1	5	10	14	67
Tussenin	29	1	4	8	8	50
Breed	10	0	1	1	5	17
Dubbelpand, hoekpand, etages	34	2	3	9	12	60
Totaal	110	4	13	28	139	194

\* Een van de coffeeshops in verbouwing was dusdanig 'ingepakt', dat dit niet bepaald kon worden.

Een minderheid van de coffeeshops is, ook voor iemand die zelf geen cannabis gebruikt, aan de buitenkant (vooraanzicht, gevel) als zodanig erg herkenbaar (16%), bijvoorbeeld door uithangborden, neonletters en/of bordjes met het woord 'coffeeshop'. Veel vaker zijn ze minder expliciet, maar wel duidelijk herkenbaar als coffeeshop (60%).

*“Er staat geen bord met ‘coffeeshop’. Maar aan de inrichting kun je van buitenaf wel duidelijk zien dat het een coffeeshop is. Ook de toonbank is van buitenaf goed zichtbaar.”*

*“Ook al staat nergens dat het een coffeeshop is, de naam van deze coffeeshop is een merk op zich.”*

Ongeveer een kwart van de zaken is matig (14%) of niet echt (10%) herkenbaar als coffeeshop.

*“Alleen de deur is zichtbaar. Daarachter loopt een trap naar boven, maar van buitenaf zie je niets van de coffeeshop. De shop zit boven een restaurant.”*

Tabel 2.18 Herkenbaar uiterlijk als coffeeshop \*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Niet echt herkenbaar	13	1	2	2	2	20
Matig	13	1	2	6	5	27
Duidelijk	65	2	5	17	26	115
Erg herkenbaar	18	0	4	3	6	31
Totaal	109	4	13	28	39	193

\* Van twee coffeeshops die in verbouwing waren, viel dit niet te bepalen.

De overgrote meerderheid van de coffeeshops heeft geen portier en slechts bij hoge uitzondering is een portier van buitenaf zichtbaar aanwezig (3%).

Tabel 2.19 Portiers coffeeshop zichtbaar aanwezig\*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Nee	104	4	13	27	39	187
Ja	5	0	0	1	0	6
Totaal	109	4	13	28	39	193

\* Twee coffeeshops die in verbouwing waren buiten beschouwing gelaten.

Bij ruim de helft (60%) van de coffeeshops kun je door de ramen goed zien dat het een coffeeshop is, bijvoorbeeld omdat je bezoekers een joint ziet draaien of roken, hasjpijpen in de 'etalage' liggen et cetera. Dit geldt vooral voor coffeeshops in Centrum.

Bij een op de vijf coffeeshops (19%) is de inkijk van buitenaf matig, bijvoorbeeld wanneer er veel planten voor het raam staan of posters op het raam geplakt zijn. Bij iets minder coffeeshops is de inkijk van buitenaf slecht (17%).

*"Binnen is het erg donker. Als je er met je neus voor staat, ontwaar je wel wat mensen voor het raam die een joint draaien, maar die zijn heel vaag zichtbaar."*

*"De coffeeshop zit in de kelder. Je moet een trapje af, dus van buiten zie je niet zoveel."*

Ten slotte zijn er enkele coffeeshops (4%) zonder inkijkmogelijkheid, bijvoorbeeld omdat alle ramen zwart afgeplakt zijn.

Tabel 2.20 Inkijk coffeeshop van buitenaf\*

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	3	1	0	2	2	8
Slecht	10	0	5	10	7	32
Matig	15	1	2	8	11	37
Goed	81	2	6	8	19	116
Totaal	109	4	13	28	39	193

\* Van twee coffeeshops die in verbouwing waren, viel dit niet te bepalen.

Zelfs als een coffeeshop als je ervoor staat duidelijk als zodanig herkenbaar is, kan het zijn dat die in het totale straatbeeld niet of weinig opvalt. Bijvoorbeeld omdat veel van de zaken in de omgeving ook hun naam op de gevel of het raam hebben staan, er veel uithangborden zijn et cetera. Dit geldt voor bijna een op de vijf coffeeshops (18%).

Daarentegen is een klein deel van de coffeeshops (8%) juist zeer prominent aanwezig in het straatbeeld, bijvoorbeeld omdat het de enige zaak is. De rest valt wel op als coffeeshop, maar niet echt prominent (34%), of valt matig op (40%). Opvallend, maar niet prominent aanwezig is bijvoorbeeld een coffeeshop met grote ramen in een gezellige winkelstraat, te midden van andere coffeeshops, cafés en restaurantjes. En matig opvallend is bijvoorbeeld de enige coffeeshop te midden van veel cafés.

Tabel 2.21 Opvallendheid coffeeshop binnen de directe omgeving

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Niet/weinig opvallend	27	0	0	2	6	35
Matig	49	2	2	12	13	78
Opvallend	30	2	5	14	15	66
Zeer prominent aanwezig	4	0	6	0	5	15
Totaal	110	4	13	28	39	194

### Typologie

Tot nu toe hebben we allerlei kenmerken van de directe omgeving en de buitenkant van Amsterdamse coffeeshops beschreven. Afsluitend zijn deze kenmerken in hun onderlinge samenhang onderzocht en is nagegaan of op basis van combinaties van kenmerken verschillende typen coffeeshops onderscheiden kunnen worden. Dat is gebeurd met behulp van clusteranalyse, een statistische methode om op grond van verschillende kenmerken twee of meer groepen (clusters) te vormen. Binnen een cluster zijn de verschillen - tussen in dit geval coffeeshops - zo klein mogelijk, en de verschillen met het andere cluster (of de andere clusters) zo groot mogelijk. Let wel: het gaat om *relatieve* verschillen. Zo kunnen in het ene cluster meer coffeeshops zitten met veel winkels in de buurt, maar dat wil niet zeggen dat er in een ander cluster helemaal geen coffeeshops zitten met veel winkels in hun nabijheid. Wanneer we alle kenmerken die we in dit hoofdstuk bespraken in de analyse betrekken, dan ontstaan twee clusters. Deze clusters kunnen we vertalen in twee typen coffeeshops. Met een plus (+) is in tabel 2.22 aangegeven dat dit kenmerk vaker geldt voor de coffeeshops in dit cluster dan in het andere cluster.<sup>8</sup>

Cluster 1 dekt ruim een kwart van de coffeeshops en kunnen we typeren als *losstaande coffeeshops*. Er staat hoogstens één andere coffeeshop in de omgeving. Deze coffeeshops zijn vaak

<sup>8</sup> Zes kenmerken maken geen verschil: bedrijven in de omgeving (anders dan horeca etc.), school zichtbaar, hoeveelheid verkeer in de straat, wel/niet doodlopende straat, loopafstand tot openbaar vervoer en de aanwezigheid van portiers.

wat groter en liggen in een blok of straat met minder of geen andere ondernemingen, zo niet overwegend of uitsluitend woningen, (mede) waardoor zij binnen de omgeving meer opvallen. Deze coffeeshops liggen vaker aan een doorgaande weg en dicht bij deze coffeeshops is relatief gemakkelijk een vrije parkeerplek te vinden.

Cluster 2 dekt krap driekwart van de coffeeshops en is te typeren als *ingebedde coffeeshops*. Zij liggen in een omgeving met andere coffeeshops, winkels, cafés, clubs, restaurants, snackbars en bioscopen. Naar verhouding liggen deze coffeeshops vaker nabij frequent rijdend openbaar vervoer en het parkeertarief is hier relatief hoog.

Tabel 2.22 Clusteranalyse op basis van kenmerken buitenkant en omgeving van coffeeshop

	Cluster 1 n=53	Cluster 2 n=139	p
Winkels		+	****
Restaurants/eetgelegenheden		+	****
Snackbars		+	****
Andere coffeeshops		+	****
Cafés/clubs		+	****
Eenrichtingsverkeer		+	*
Doorgaande weg	+		****
Alleen fietsers		+	*
Jongeren centrum	+		**
Sportclub		+	***
Speeltuín	+		*
Bioscoop		+	****
Frequentie OV		+	****
Parkeergelegenheid		+	****
Vrije plek vinden	+		****
Parkeertarief		+	****
Zondag gratis	+		****
Grootte	+		**
Inkijk		+	***
Herkenbaarheid		+	*
Opvallendheid	+		****

\* = p < .05      \*\* p < . 01      \*\*\* p < . 005      \*\*\*\* p < . 001

Alle (vier) coffeeshops in Noord en de meeste coffeeshops in Oost vallen in het eerste cluster (losstaande coffeeshops). Daarentegen behoren verreweg de meeste coffeeshops in stadsdeel Centrum en ook de meeste in Zuid tot het tweede cluster (ingebedde coffeeshops). In West zien we beide typen, hoewel vaker ingebedde dan losstaande coffeeshops.

Tabel 2.23 Verdeling van de clusters over de stadsdelen

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Cluster 1	5	4	11	6	27	53
Cluster 2	103	0	2	22	12	139
Totaal	108	4	13	28	39	192

## Samenvatting

In dit hoofdstuk zijn alle Amsterdamse coffeeshops behalve de 26 in het 1012-gebied die moeten sluiten aan de buitenkant in kaart gebracht.

Eerst is gekeken naar de directe omgeving van de coffeeshops (binnen een straal van 200 meter). Er zijn weinig Amsterdamse coffeeshops met helemaal geen winkels, restaurants, snackbars, cafés, clubs en/of andere bedrijven in hun directe omgeving. De meerderheid ligt nabij een of meer andere coffeeshops. Vanaf de coffeeshops zijn zelden scholen zichtbaar.

Vaak liggen coffeeshops in een straat met druk verkeer, maar er zijn ook coffeeshops met weinig of geen verkeer in de straat. Over het algemeen zijn de coffeeshops goed bereikbaar met het openbaar vervoer, vaak is er parkeergelegenheid op korte loopafstand, maar dicht bij de coffeeshop is meestal moeilijk een vrije parkeerplek te vinden. Het merendeel van de coffeeshops ligt in een gebied met een hoog parkeertarief.

De buitenkant van de coffeeshops is heel gevarieerd, van smalle pandjes tot dubbele panden en panden met twee of drie etages. De meeste coffeeshops zijn van buitenaf als zodanig herkenbaar, maar er zijn ook coffeeshops waarvoor dit helemaal niet geldt. Portiers voor of bij de deur zijn uitzonderlijk. Bij een kleine meerderheid is van buitenaf goed te zien wat zich binnen afspeelt; daar tegenover staan coffeeshops met weinig tot helemaal geen inkijk. Ook als zodanig herkenbare coffeeshops vallen vaak toch niet echt op binnen het totale straatbeeld, bijvoorbeeld omdat veel van de zaken in de omgeving ook hun naam op de gevel of het raam hebben staan, of simpelweg omdat de coffeeshop een van de vele zaken in de straat of buurt is. Een klein deel is juist zeer prominent aanwezig in het straatbeeld, bijvoorbeeld omdat het de enige zaak is.

Op basis van hun directe omgeving en buitenkant zijn twee typen Amsterdamse coffeeshops te onderscheiden. Een ruime meerderheid is te typeren als *ingebiede* coffeeshops; zij liggen in drukke buurten met veel andere ondernemingen, inclusief andere coffeeshops. Vaak liggen dergelijke coffeeshops in Centrum, maar ook in Zuid en wat minder in West. Het tweede type hebben we *losstaande* coffeeshops genoemd. Zij hebben geen of hoogstens één andere coffeeshop in de directe omgeving en er is meer minder andere bedrijvigheid. Dit type zien we het vaakst in West, betreft vrijwel alle coffeeshops in Oost en alle coffeeshops in Noord.





### 3 Bedrijfsvoering en locatiekeuze

Als volgende stap in de inventarisatie zoomen we nu in op de binnenkant van coffeeshops. Om dit te kunnen doen, benaderden we eerst de exploitanten/bedrijfsvoerders voor een gesprek. Indien zij hiertoe bereid waren, werden zij geïnterviewd over het reilen en zeilen van hun shop. Dat lukte bij **66** coffeeshops.

Alle 74 coffeeshops buiten stadsdeel Centrum zijn persoonlijk bezocht, met een maximum van vier keer. Bij het overgrote deel troffen we de eerste keer al de juiste persoon aan, of was de aanwezige medewerker zo vriendelijk om even te bellen met de eigenaar. Een klein deel vroeg om op een andere dag en/of een ander tijdstip langs te komen, zodat de eigenaar of bedrijfsleider aanwezig was. Sommigen moesten het eerst telefonisch vragen en bespreken. Ons tweede (of soms derde) bezoek was in die gevallen vaak succesvol. Uiteindelijk zijn 45 exploitanten/bedrijfsvoerders buiten Centrum geïnterviewd, bij 26 kregen we geen medewerking en bij nog eens drie coffeeshops hadden we na vier bezoeken nog steeds geen uitsluitel. Een selectie van coffeeshops in Centrum leverde 21 interviews op, waardoor het totaal op 66 komt. Het interview bestond deels uit open en deels uit gesloten vragen.

In dit hoofdstuk bespreken we enkele aspecten van de bedrijfsvoering, de waardering van de exploitanten/bedrijfsvoerders van de locatie van hun coffeeshop en hun oordeel over andere locaties. Ook vroegen we wat zij zouden doen als hun coffeeshop zou moeten sluiten omdat die te dicht in de buurt van een school ligt.

Daarnaast kwamen in de interviews met exploitanten/bedrijfsvoerders thema's aan bod die we in volgende hoofdstukken zullen bespreken, namelijk: openingstijden en aantallen bezoekers (hoofdstuk 5), overlast (hoofdstuk 6) en de 'wietpas' (hoofdstuk 10).

#### **Bedrijfsvoering en personeel**

Driekwart van de geïnterviewden (74%) zegt dat hun coffeeshop een eenmanszaak is, bij de rest is het een B.V. (14%) of V.O.F. (12%). (Deze verdeling wijkt af van de bedrijfsvoeringscijfers voor de hele stad. Volgens deze cijfers van de gemeente Amsterdam is iets meer dan de helft van alle Amsterdamse coffeeshops een eenmanszaak.<sup>9</sup> In onze inventarisatie zijn eenmanszaken dus oververtegenwoordigd. De meest plausibele verklaring hiervoor is dat we relatief veel exploitanten van coffeeshops buiten Centrum hebben geïnterviewd. Deze shops zijn vaker eenmanszaken.)

Personeel is vaak in vaste dienst (78%) of de coffeeshop heeft een mix van losse krachten en personeel in vaste dienst (15%). Slechts 5 van de 66 coffeeshops werken uitsluitend met losse

---

<sup>9</sup> Volgens het meest recente overzicht van de Gemeente Amsterdam is 52% een eenmanszaak, 26% een BV, NV, stichting of vereniging, 17% een VOF (5% onbekend).

krachten. Aparte cannabisverkopers zijn ongebruikelijk. In ruim negen van de tien coffeeshops is degene die de cannabis weegt en verkoopt, ook degene die de koffie schenkt.

### **Tevredenheid met huidige locatie**

Op één geïnterviewde na is iedereen (zeer) tevreden met de huidige locatie. De exploitanten van 'buurtshops' (coffeeshops met veel vaste klanten uit de buurt en weinig tot geen toeristen of 'verdwaalde' klanten) geven als voornaamste reden dat ze iedereen hier kennen. Vaak zijn ze zelf in die buurt opgegroeid. Meer algemeen, dus niet alleen voor buurtshops, werken een goede sfeer in de buurt en het ontbreken van overlast ook mee aan het niveau van tevredenheid. Verder worden de goede bereikbaarheid en de aanwezigheid van metro en tram genoemd. Opvallend zijn de antwoorden die te maken hebben met de rust of juist de drukte in een buurt. De coffeeshops die in een rustige buurt zijn gelegen, ervaren dat als prettig: "Wij zitten in een zijstraat, wat meer afgelegen. Hier dus geen verdwaalde toeristen, maar *locals* die van ons bestaan af weten." Geïnterviewden die in de binnenstad of aan een grote verbindingsweg gevestigd zijn, noemen juist het tegenovergestelde als voordeel: "Centrale ligging en altijd druk!" Tot slot worden het uitzicht of de lichtval genoemd. Coffeeshops die wat rustiger, bijvoorbeeld aan het water, liggen, vinden het fijn om niet tegen de gebouwen van de binnenstad aan te hoeven kijken. De enige geïnterviewde die niet tevreden is met de huidige locatie geeft als reden: "Teveel andere coffeeshops in de buurt, veel restaurants en cafés, veel dronken mensen op straat 's nachts."

Op de vraag of er ook nadelen aan de locatie kleven, zegt iets minder dan de helft volmondig "nee." Eén op de vijf noemt de slechte (of te dure) parkeergelegenheid als (enige) nadeel. Daarnaast is er nog een scala aan nadelen, respectievelijk wensen ter verbetering: geen terras, te rustig, te druk, te klein, te weinig zonlicht, teveel andere shops in de buurt. Opvallend is dat vier geïnterviewden meteen als nadeel noemen dat er scholen in de buurt zijn. Zij leggen daarbij uit dat het alleen een nadeel is met het oog op de aangekondigde maatregelen, niet omdat zij dat zelf zo ervaren. Tot slot noemen vier geïnterviewden de overlast van jongeren of 'junkies' als nadeel van de buurt.

### **De beste buurt voor een coffeeshop in Amsterdam**

Ruim de helft van alle ondervraagden vindt het Centrum, en dan vooral het Wallengebied, de beste buurt voor een coffeeshop in Amsterdam. Op verre afstand volgen dan de Haarlemmerbuurt, Jordaan, West, Oost, Rembrandtplein, Rokin en de Baarsjes. Een enkeling noemt Zuidoost: "Daar zit nog niets, dus je loopt als een tiet!"

Een klein deel is van mening dat het niet uit maakt in welke buurt je zit, want: "elke buurt is een goede buurt." Het gaat erom hoe je als ondernemer de coffeeshop runt. Hoe worden de klanten behandeld? Wat is de uitstraling van en sfeer in de coffeeshop? Verkoopt men kwalitatief goede cannabis? Deze zaken zijn volgens de geïnterviewden veel belangrijker dan (alleen) de omgeving.

### **Buurten waar nog wel een coffeeshop bij kan**

Een derde van de ondervraagden vindt dat er géén buurten of plekken zijn in Amsterdam waar nog best één of meer coffeeshops bij zouden kunnen, omdat er al genoeg zouden zijn. Onder degenen die wel een buurt kunnen noemen, krijgt Noord de meeste stemmen, gevolgd door Nieuw-West.

Als gevraagd wordt naar buurten of plekken in Amsterdam waar nog geen coffeeshop zit, maar waar wel eentje zou moeten zitten, steekt Zuidoost er met kop en schouders bovenuit. Driekwart van de geïnterviewden noemt vastberaden en zonder aarzeling dit stadsdeel. Velen begrijpen niet waarom het zo lang duurt daar. IJburg wordt tevens genoemd als plek waar echt een coffeeshop moet komen. Niet behorend tot de gemeente Amsterdam, maar wel genoemd, zijn Diemen en Amstelveen.

### **Verplaatsing vanwege school in de buurt**

In de interviews met de exploitanten/bedrijfsvoerders legden we hen ook de volgende vraag voor: “De regering wil dat er geen coffeeshops meer in de buurt van scholen zijn. Stel dat u uw coffeeshop zou moeten sluiten als gevolg van dit besluit, zou u dan een nieuwe coffeeshop willen openen?”. Bijna alle geïnterviewden antwoordden positief en zouden in dat geval een nieuwe coffeeshop willen openen. Vervolgens vroegen we waar zij dit dan zouden willen doen. De meesten blijven het liefst in de buurt waar ze nu zitten, maar dan wat verderop, ver genoeg van de school. Daarnaast is het Centrum geliefd als nieuwe locatie, maar de geïnterviewden zien het niet snel gebeuren dat zij, juist in het gebied waar een ‘opruiming’ van coffeeshops plaatsvindt, een nieuwe shop toegewezen zouden krijgen. Over het geheel genomen zijn er volgens de exploitanten twee opties voor coffeeshops die buiten Centrum gevestigd zijn: óf meer richting het Centrum verhuizen óf wat dieper hun stadsdeel in. Zo zou een coffeeshop in (het voormalige stadsdeel) Oud-West liever naar Centrum of elders in West verhuizen dan naar Zuid of Oost. De geïnterviewden willen minder graag naar een compleet ander stadsdeel. Verder zijn gewilde buurten onder andere: de Pijp, IJburg, Westerpark en Sloten (Nieuw-West). Enkelen zeggen dat ze het niet erg zouden vinden om Amsterdam te verlaten als ze bijvoorbeeld naar Schiphol of een buurgemeente zouden kunnen gaan. Ongeveer één op de tien zou een locatie in Zuidoost zeer zeker overwegen, voornamelijk omdat daar nog geen enkele coffeeshop is. Volgens deze groep zal de omzet dan hoog zijn.

Verder is, net als bij de vraag naar de beste buurt, een klein deel het eens dat het niet uitmaakt waar ze een locatie krijgen toegewezen. Als ondernemer zorg je er zelf voor dat je coffeeshop goed draait en daar heeft de buurt niet zoveel mee te maken. Kwaliteit, sfeer, klantvriendelijkheid en service is waar het om draait. Als laatste zijn er ook exploitanten voor wie het eventueel willen openen van een nieuwe shop afhangt van de locatie die ze krijgen aangeboden: “Als ik op een industriegebied in Noord of West wordt neergezet, bedank ik vriendelijk. Dan is het toch echt einde verhaal.”

### *Niet gewilde buurten*

Daarnaast vroegen we aan de exploitanten/bedrijfsvoerders naar welke buurten zij absoluut niet zouden willen verhuizen met hun coffeeshop. Ongeveer één op de drie zou absoluut niet naar Zuidoost willen als hen daar een mogelijkheid toe zou worden geboden, omdat het te ver is en/of veel gedoe met beleid en veiligheid. Er zou dan goede beveiliging moeten zijn en een nauwe samenwerking met het stadsdeel. Eén op de vijf ziet Noord niet zitten als nieuwe locatie (te ver). Voor nog iets minder geïnterviewden zijn vooral bepaalde delen van (Nieuw) West niet gewild (Geuzenveld, Bos & Lommer). Ten slotte maakt het voor krap een kwart niet echt uit waar ze een nieuwe coffeeshop zouden mogen openen: “Elke buurt is bespreekbaar, mits geschikte locatie”.

Exploitanten vinden een locatie vooral geschikt als het goed bereikbaar is, niet afgelegen, in een fijne/gezellige buurt ligt - en vanwege het gevreesde afstandscriterium niet in de buurt van een school. Goede bereikbaarheid heeft vooral betrekking op het openbaar vervoer, maar vaak ook op auto's, hoewel sommige exploitanten goede bereikbaarheid voor auto's minder belangrijk vinden, omdat je dan te maken krijgt met (de overlast van) eventueel dubbel geparkeerde auto's.

### **Conclusie**

Uit interviews met 66 coffeeshopexploitanten (of hun bedrijfsvoerders) blijkt dat de meerderheid van de Amsterdamse coffeeshops eenmanszaken zijn en de rest een besloten vennootschap (B.V.) of een vennootschap onder firma (V.O.F.). Doordat verhoudingsgewijs meer exploitanten buiten Centrum zijn geïnterviewd, zijn exploitanten van eenmanszaken oververtegenwoordigd in de interviews. Stadsbreed is iets meer dan de helft van de coffeeshops een eenmanszaak. Personeel is vaak in vaste dienst en aparte cannabisverkopers zijn eerder uitzondering dan regel.

Vrijwel alle exploitanten zijn tevreden met hun huidige locatie. Vaak vinden exploitanten het Centrum de meest aantrekkelijke buurt voor een coffeeshop, maar er zijn er ook die hierbij kiezen voor Oost, West of Nieuw-West. Een enkeling noemt Zuidoost. Dat is ook het stadsdeel dat verreweg het vaakst naar voren wordt gebracht in antwoord op de vraag naar buurten of plekken in Amsterdam waar nog geen coffeeshop zit, maar waar wel eentje zou moeten zitten. Driekwart van de geïnterviewden noemt vastberaden en zonder aarzeling dit stadsdeel. Tegelijkertijd is Zuidoost het stadsdeel waar nogal wat coffeeshopexploitanten geenszins naartoe zouden willen indien hun zaak zou moeten verhuizen.

## 4 Inrichting

In het interview met de exploitanten/bedrijfsvoerders werd ook gevraagd om in de coffeeshop observaties en tellingen te doen en dat mocht in 59 coffeeshops. Dat gebeurde per coffeeshop in twee blokken van twee uur (tussen 15:00–18:00 uur en 18:00–21:00 uur), verspreid over twee verschillende dagen (donderdag, vrijdag en/of zaterdag). Het overgrote deel van deze coffeeshops was zonder aanbellen toegankelijk, maar bij 11 van de 59 moest aangebeld worden. Geen van de coffeeshops had een portier. Een op de vijf coffeeshops was van binnen smal en/of klein, iets meer waren groot (circa 50–60 m<sup>2</sup>) of zelfs heel groot (bijvoorbeeld met twee verdiepingen) en de helft tussenin (niet klein, maar ook niet groot).

### Personeel

Bij de observaties is geteld hoeveel personeel op dat moment op de werkvloer aanwezig was. Bij driekwart van de coffeeshops stond één persoon bij de balie. Deze persoon verkoopt de cannabis en serveert eventueel koffie, cola en chips. Bijna een kwart van de shops had twee tot drie werknemers op de vloer en in maar één coffeeshops noteerden de veldwerkers meer dan vijf medewerkers.

Tabel 4.1 Aantal personeelsleden aanwezig

	n	%
1	44	74.6
2-3	14	23.7
4-5	0	0
>5	1	1.7
Totaal	59	100

### Zitplaatsen

Het bepalen van het aantal zitplaatsen was gemakkelijk als simpelweg de stoelen geteld konden worden, maar lastiger was het bij bijvoorbeeld (lange) banken in de coffeeshop stonden. In deze gevallen is ingeschat hoeveel personen op zo'n bank plaats zouden kunnen nemen. De zitplaatsen in de eventuele rookruimte zijn apart geteld. De eventuele rookruimte niet meegerekend hebben 10 van de 59 coffeeshops geen enkele zitplaats. Bij de andere coffeeshops varieert het aantal zitplaatsen van 1 tot en met 65, met een gemiddelde van 14.9 (gemiddeld 12.3 voor alle 59 coffeeshops). Van de 59 geobserveerde coffeeshops hebben 48 een rookruimte (81%). Vier hiervan hebben geen zitplaats in de rookruimte, bij de overige 44 varieert het aantal zitplaatsen van 4 tot en met 40, met een gemiddelde van 19.0 (17.8 voor alle coffeeshops met rookruimte, 14.2 voor alle 59 coffeeshops). Tellen we de zitplaatsen per coffeeshop bij elkaar op, dan komen we op een gemiddelde van 26.5.

### **Afhaalbalie**

In de meeste bezochte coffeeshops kunnen klanten bij dezelfde balie (toonbank, bar) hun cannabis én hun consumptie kopen en is er geen aparte haalbalie. De andere coffeeshops beschikken meestal binnen de shop over een aparte, maar vrij toegankelijke haalbalie, of hebben binnen de shop een haalbalie met een beveiligde deur, waar klanten moeten aanbellen voordat de deur wordt open gedaan. Slechts één coffeeshop heeft een afhaalbalie met een aparte ingang naast de coffeeshop.

*Tabel 4.2 Locatie en toegankelijkheid van afhaalbalie*

	n	%
Bar & afhaalbalie ineen	41	69.5
Aparte haalbalie in de shop (vrij toegankelijk)	9	15.3
Haalbalie met aparte ingang naast de shop	1	1.7
Aparte haalbalie met beveiligde deur in de shop	8	13.6
Totaal	59	100

### **Overige faciliteiten**

Bijna alle bezochte coffeeshops draaien binnen muziek (92%). Het vaakst is dit zachte achtergrondmuziek of staat de muziek niet luid en niet zacht, maar daar tussenin. In zeven shops (12%) werd de muziek als 'luid' beoordeeld en konden de bezoekers elkaar amper verstaan. Een forse meerderheid van de onderzochte coffeeshops heeft een televisie of scherm (81%). In driekwart kunnen spelletjes gedaan worden (76%) en een op de vijf heeft een pooltafel (20%). Verder zijn er ook vaak computers met internet.

### **Samenvatting en conclusie**

In 59 coffeeshops op de (gemiddeld) drukste dagen en tijdstippen (namiddag en vooravond van donderdag tot en met zaterdag) zijn observaties gedaan. Qua hoeveelheid personeel en aantal zitplaatsen lijken de coffeeshops over het geheel genomen sterk op kleine cafés, met weinig personeel en gemiddeld 27 zitplaatsen. Vier op de vijf coffeeshops hebben een rookruimte. De meeste bezochte coffeeshops hebben geen aparte balie om cannabis te kopen, andere hebben wel een aparte (al dan niet beveiligde) haalbalie. Slechts bij uitzondering is er een afhaalbalie met een aparte ingang naast de coffeeshop, maar hierbij moet aangetekend worden dat coffeeshops met uitsluitend afhaalfunctie enigszins ondervertegenwoordigd zijn in dit deel van ons onderzoek.

## 5 Openingstijden en aantal bezoekers

In de interviews met de 66 exploitanten/bedrijfsvoerders is ook informatie verzameld over openingstijden en over aantallen bezoekers. Daarnaast zijn in 59 van de betreffende 66 coffeeshops observaties en tellingen gedaan.

### Openingstijden en piek- en daluren

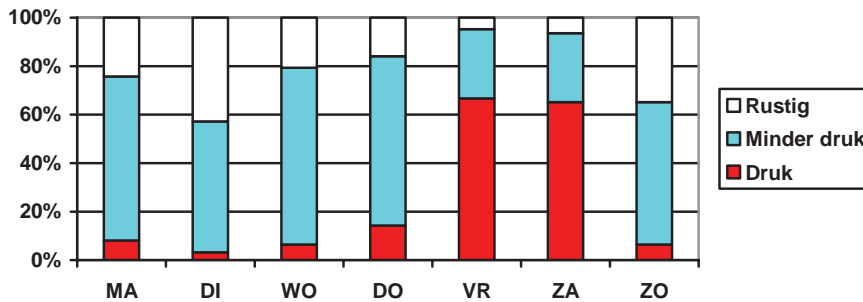
De meeste coffeeshops gaan open tussen 09:00 en 11:00 uur 's ochtends. De sluitingstijd ligt meestal tussen 23:00 en 01:00 's avonds / 's nachts.

Tabel 5.1 Openingstijden

Van – tot ... uur	MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO
07:00 – 01:00	2	2	2	2	2	2	2
08:00 – 00:00	1	1	1	1	-	-	-
08:00 – 01:00	-	-	-	-	1	1	1
09:00 – 23:00	2	2	2	2	1	1	1
09:00 – 00:00	3	3	3	3	3	2	2
09:00 – 01:00	9	8	8	8	9	9	7
09:30 – 00:00	2	2	2	2	1	1	2
09:30 – 01:00	1	1	1	1	2	2	1
10:00 – 20:00	-	1	1	1	-	1	1
10:00 – 23:00	4	4	4	4	4	4	5
10:00 – 00:00	9	9	9	9	6	7	8
10:00 – 01:00	13	13	13	13	16	15	14
11:00 – 19:00	-	1	1	1	1	1	-
11:00 – 21:00	1	1	1	1	1	1	1
11:00 – 22:00	1	1	1	1	1	-	-
11:00 – 23:00	5	5	5	5	3	3	6
11:00 – 00:00	-	-	-	-	1	3	1
11:00 – 01:00	5	5	5	5	5	6	5
12:00 – 19:00	1	1	1	1	1	1	1
12:00 – 23:00	1	1	1	1	1	1	1
12:00 – 00:00	2	2	2	2	2	2	2
13:00 – 00:00	-	-	-	-	-	1	-
13:00 – 01:00	2	2	2	2	2	2	2
14:00 – 22:30	1	1	1	1	1	1	1
16:00 – 00:00	-	-	-	-	-	-	1
<b>Totaal</b>	65	66	66	66	66	66	66

Gemiddeld zijn de coffeeshops **14** uur per dag geopend, hetgeen neerkomt om rond de **100** uur per week. Over het algemeen is het volgens de exploitanten het rustigst op dinsdag en zondag, de drukste dagen zijn vrijdag en zaterdag. Aan het eind van de donderdagmiddag begint de piekperiode en die duurt tot zaterdagavond.

*Figuur 5.1 Piek- en daluren coffeeshops*



De dagelijkse drukte in een coffeeshop begint meestal rond 16:00–17:00. Studenten verlaten de studiebanken en de eerste klanten die van hun werk komen, druppelen snel binnen. De drukte duurt niet de hele avond. De spits is vaak tussen 16:00–20:00 en daarna wordt het weer iets rustiger (maar de avond is nog altijd drukker dan de middag). Ook zijn er coffeeshops, met name de buurtshops, waar het juist na 19:00 of 20:00 het drukst is. Hun (vaak vaste) klanten hebben dan thuis gegeten en komen 's avonds naar de coffeeshop om te blowen, een kopje koffie te drinken en bekenden te ontmoeten. In die zin vervult de coffeeshop ook zeker een sociale functie. Van grote invloed op de drukte is voetbal. Als een TV aanwezig is in de coffeeshop en er is een wedstrijd, is het altijd drukker dan normaal.

Opvallend is dat coffeeshops die vroeg open zijn (tussen 07:00 en 09:00 en ook een paar die om 09:00 uur open gaan) soms te maken hebben met ochtenddrukke. Deze komt dan van klanten die bijvoorbeeld net uit de nachtdienst komen en eerst langs de coffeeshop gaan voordat zij naar huis keren. Over het algemeen is het in dergelijke coffeeshops in de morgen tussen 10:00 en 12:00 uur het rustigst en is het weer drukker rond lunchtijd, tot ongeveer 14:00 uur.

### **Aantallen bezoekers volgens exploitanten**

Van de 66 geïnterviewde exploitanten/bedrijfsvoerders wilden zes geen informatie geven over aantallen bezoekers. De overige 60 vinden het over het algemeen moeilijk om betrouwbare aantallen te geven. Het aantal bezoekers is vaak nogal variabel en hierbij spelen factoren mee als het weer, voetbal op tv (drukker of juist rustiger) en vakantieperiodes (idem). Sommige exploitanten konden met behulp van de kassa (die elke transactie bijhoudt) een redelijk nauwkeurige schatting geven van het aantal bezoekers. Anderen maakten een schatting 'uit het hoofd'. De schattingen van het aantal bezoekers doordeweeks (maandag tot en met donderdag) variëren van 60 tot en met ruim 3200 en in het weekend (vrijdag tot en met zondag) van 75 tot en met 3000. Gemiddeld is het aantal bezoekers doordeweeks 420 en in het weekend 447, waarmee



het gemiddelde per week neerkomt op 867 bezoekers. De medianen zijn: 400 doordeweeks, 340 in het weekend en 740 per week. *Voor de hele week komt dit neer op gemiddeld bijna 9 bezoekers per uur (mediaan 7.4).*

#### *Gemiddelde en mediaan*

Soms wordt naast het gemiddelde de *mediaan* aangegeven. Dat is de score waar de helft boven en de andere helft onder zit. De mediaan geeft soms een realistischer beeld van de 'doorsnee' omdat het gemiddelde vertekend kan worden door extreme antwoorden (uitschieters), bijvoorbeeld een coffeeshop met veel meer klanten dan de rest.

Het aandeel zitters en halers, Amsterdammers en niet-Amsterdammers, en toeristen en niet-toeristen varieert sterk tussen de coffeeshops. Afgaande op de informatie van de exploitanten is de verdeling per coffeeshop als volgt:

- Gemiddeld 33% zitters (mediaan 30%) en 67% halers (mediaan 70%).
- Gemiddeld 66% Amsterdammers (mediaan 80%) en 34% niet-Amsterdammers (mediaan 20%)
- Gemiddeld 24% toeristen (mediaan 10%) en 76% niet-toeristen (mediaan 90%).

De meerderheid van de bezoekers van de onderzochte coffeeshops woont volgens de exploitanten ook in Amsterdam. Hun niet-Amsterdamse klanten komen voornamelijk uit naburige gemeenten. Zo hebben coffeeshops in Noord klanten uit Purmerend of Zaandam, die in Oost uit Almere en die in West uit Badhoevedorp. Het schatten van het percentage toeristen vonden de exploitanten moeilijk, want dit hangt sterk af van het weer en vakantieperiodes. "Het kan dat je twee maanden geen enkele toerist in de shop ziet en vervolgens een stroom van toeristen bedient." De exploitanten hebben daarom een gemiddeld percentage toeristen geschat.

#### **Tellingen**

In de 59 coffeeshops waar observaties zijn gedaan, werden 4313 bezoekers geteld. De tellingen hebben steeds op twee tijdstippen en dagen plaatsgevonden, waarbij het opvallend is dat het voor het overgrote deel van de coffeeshops niet zoveel uitmaakt of de tellingen plaatsvonden op donderdag, vrijdag of zaterdag, en ook niet of dat gedurende twee uur tussen 15:00–18:00 uur of tussen 18:00–21:00 uur was. Weliswaar lijkt het volgens tabel 5.2 dat op vrijdag tussen 15–18 uur de meeste aanloop is in de coffeeshops, maar dit is toch niet het geval. Op vrijdag werden namelijk meer tellingen gedaan (52) dan op donderdag (35) en zaterdag (29). In bijna alle coffeeshops werden beide keren ongeveer evenveel bezoekers geteld.

Tabel 5.2 Dagdelen

	Eerste telling		Tweede telling *		Totaal	
	n	%	n	%	n	%
Donderdag 15-18	549	25.3	116	5.4	665	15.4
Donderdag 18-21	595	27.5	33	1.5	628	14.6
Vrijdag 15-18	414	19.1	643	30.0	1057	24.5
Vrijdag 18-21	307	14.2	534	24.9	841	19.5
Zaterdag 15-18	194	9.0	367	17.1	561	13.0
Zaterdag 18-21	108	5.0	453	21.1	561	13.0
Totaal	2167	100	2146	100	4313	100

\* Twee coffeeshops weigerden medewerking aan de tweede telling

In totaal waren er gemiddeld 73 bezoekers (mediaan = 67) per coffeeshop gedurende vier uur. Dit komt neer op *gemiddeld 18.3 bezoekers per uur* (mediaan 16.8).<sup>10</sup>

Wanneer we de resultaten van de tellingen combineren met de schattingen van de exploitanten dan komen we op de volgende aantallen bezoekers:

- Per week komen tussen 15:00 en 21:00 uur op donderdag, vrijdag en zaterdag samen gemiddeld 329 van de gemiddeld geschatte 867 bezoekers, oftewel 38%.
- Uitgaand van de medianen is dit 41%.
- Tijdens de rest van de week zijn er gemiddeld 6–7 bezoekers per uur (median 5–6).

Uitgaand van de tellingen kunnen we de coffeeshops qua drukte in vijf categorieën verdelen. In een op de drie is het rustig of heel rustig en in bijna de helft is het druk of heel druk. Hierbij past de kanttekening dat de coffeeshops met (heel) weinig bezoekers buiten beschouwing zijn gelaten, waar er in werkelijkheid mogelijk meer rustige en minder (heel) drukke coffeeshops zijn.

Tabel 5.3 Coffeeshops ingedeeld naar drukte op basis van het aantal bezoekers (tellingen van 4 uur)

Druktecategorie	Bezoekers per 4 uur (piekmomenten)	n	%
Heel rustig	0-25	4	6.8
Rustig	25-50	16	27.1
Doorsnee	50-75	11	18.6
Druk	75-100	15	25.4
Heel druk	100+	13	22.0
		59	100

### Bezoekersprofiel

Tijdens de tellingen zijn ook enkele basale kenmerken van bezoekers genoteerd. De gemiddelde leeftijd is 32.6 jaar. Bijna een op de zes is vrouw.

<sup>10</sup> Geëxtrapoleerd naar de gehele periode van 15:00–21:00 uur en drie dagen (= 18 uur per) levert dit een gemiddeld aantal bezoekers op van 329 (mediaan = 302).

Tabel 5.4 Geslacht getelde bezoekers

	Eerste telling		Tweede telling		Totaal	
	n	%	n	%	n	%
Man	1815	83.8	1743	81.2	3558	82.5
Vrouw	352	16.2	403	18.8	755	17.5
Totaal	2167	100	2146	100	4313	100

Twee op de drie bezoekers komen om te halen, evenveel als in de gemiddelde schatting van de exploitanten. Blijkens de tellingen zijn er aardig wat coffeeshops waar bijna uitsluitend mensen cannabis komen halen, maar bijna geen shops waar vrijwel alleen maar zitters komen. De coffeeshops waar zitters de overhand hebben, hebben meestal wat minder aanloop dan overige coffeeshops. De verdeling halers-zitters verschilt niet tussen de geobserveerde dagen of tijdstippen.

Tabel 5.5 Halers / zitters

	Eerste telling		Tweede telling		Totaal	
	n	%	n	%	n	%
Halers	1431	66.0	1460	68.2	2891	67.1
Zitters	736	34.0	681	31.8	1417	32.9
Totaal	2167	100	2141	100	4308	100

Minder dan een op de vijf getelde bezoekers is toerist. Dat is wat minder dan de gemiddelde schatting van de exploitanten (24%), maar dit kan verklaard worden door het feit dat coffeeshops met vrijwel uitsluitend toeristen niet zijn meegenomen in de tellingen. Op zaterdagavond zijn relatief minder bezoeker toerist dan tijdens de andere dagdelen dat geteld werd. Wel is er een grote variatie in het aandeel toeristen per coffeeshop. In sommige coffeeshops zijn tijdens de tellingen helemaal geen toeristen geconstateerd, in andere juist veel.

Tabel 5.6 Toerist / niet-toerist

	Eerste telling		Tweede telling		Totaal	
	n	%	n	%	n	%
Toerist	360	16.8	439	20.5	799	18.6
Niet-toerist	1785	83.2	1706	79.5	3491	81.4
Totaal	2145	100	2145	100	4290	100

## Conclusie

Interviews met 66 exploitanten/bedrijfsvoerders en observaties in 59 coffeeshops leveren het volgende beeld op. Gemiddeld zijn de coffeeshops ongeveer 14 uur per dag en rond de 100 uur per week geopend. Het drukst is het meestal in de namiddag en vooravond. Aan het eind van de donderdagmiddag begint de piekperiode en die duurt tot zaterdagavond. Gemiddeld schatten

de exploitanten het aantal bezoekers op 867 per week, maar dit verschilt sterk tussen de coffeeshops. Omgerekend komt dit neer op (afgerond) gemiddeld 9 bezoekers per uur. Tellingen tussen 15:00 en 21:00 uur op donderdag, vrijdag en zaterdag leveren gemiddeld 18 bezoekers per uur op. Tijdens de rest van de week zijn er dus gemiddeld 6–7 bezoekers per uur.

Afgaand op de tellingen zijn de bezoekers gemiddeld 32.6 jaar. Bijna een op de zes is vrouw. Er zijn twee keer zoveel halers als zitters. Tussen een op de vijf en een kwart is toerist, maar stadsbreed is het aandeel waarschijnlijk groter, want typische 'toeristenshops' zijn ondervertegenwoordigd in het onderzoek.

## 6 Overlast

Overlast is een lastig fenomeen. Of omwonenden en voorbijgangers overlast ervaren van coffeeshops hangt bijvoorbeeld mede af van hoe druk het verder in de straat is. In een buurt met veel horeca zullen een paar klanten voor de deur van een coffeeshop minder gauw als overlast ervaren worden, dan in een straat die verder rustig is.

In dit hoofdstuk wordt vanuit twee invalshoeken ingegaan op overlast in relatie tot coffeeshops. Eerst beschrijven we de bevindingen van de observaties tijdens de inventarisaties van de 195 coffeeshops; daarmee bouwen we voort op hoofdstuk 2 (over de omgeving en buitenkant van coffeeshops). Vervolgens schetsen we wat de exploitanten/bedrijfsvoerders van coffeeshops te berde brengen over klachten die zij krijgen van omwonenden over overlast en wat zij hieraan doen.

### Observaties

Bij de observaties hebben we niet onderzocht of de buurt daadwerkelijk overlast ervaart, maar uitsluitend naar (potentiële) bronnen van overlast gekeken.

Bij ruim de helft van de coffeeshops (57%) stonden geen scooters of fietsen buiten de rekken. (Fietsen die netjes in het rek stonden, telden niet mee, want die veroorzaken geen overlast.) Bij de meeste andere coffeeshops stonden wel veel fietsen voor het pand, maar die stonden ook overal elders in de straat voor winkels, huizen et cetera<sup>11</sup> (11%), of er stonden hoogstens vijf fietsen voor de coffeeshop (30%). Slechts bij een paar coffeeshops (2%) stonden meer dan vijf fietsen of scooters voor de deur.

Tabel 6.1 Scooters en fietsen buiten het rek bij de coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	64	1	4	11	31	111
Veel, maar overal in de straat	16	0	3	3	0	22
1 – 5 scooters/fietsen voor de shop	30	3	4	14	8	59
Meer dan 5 voor de shop	1	0	2	0	0	3
Totaal	111	4	13	28	39	195

Overlast is vaak niet eenvoudig te objectiveren. Toch hebben we tijdens de observaties getracht eventuele overlast door coffeeshopbezoekers – los van de vraag of omwonenden of voorbijgangers dit ook als zodanig ervaren - zo goed mogelijk in kaart te brengen. We noteerden in welke mate fietsen en/of scooters fout geparkeerd waren (bijvoorbeeld buiten de rekken), respectie-

<sup>11</sup> In dit geval is niet (duidelijk) vast te stellen of de fietsen/scooters van coffeeshopbezoekers zijn.

velijk de doorgang belemmerden. En of scooters voor de deur stonden te ronken, benzinewalmen verspreidden, en dergelijke.

Door deze bril bekeken was bij 23 coffeeshops (27% van de shops met scooters/fietsen buiten het rek; 12% van totaal) sprake van (potentiële) overlast.

Tabel 6.2 (Potentiële) overlast van scooters en fietsen bij de coffeeshop (alleen indien scooters/fietsen buiten rek)

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	35	1	7	11	7	61
Weinig	11	1	2	6	1	21
Tussenin	1	1	0	0	0	2
Veel	0	0	0	0	0	0
Totaal	47	3	9	17	8	84

Ook werd geturfd in welke mate klanten voor de deur van de coffeeshop rondhingen, voor een praatje, om een joint op te steken, een sigaret te roken, et cetera. Bij verreweg de meeste coffeeshops (95%) hing tijdens de observaties niemand voor de deur. Bij slechts twee coffeeshops hing een groepje voor de deur, iets vaker één of een paar klanten. Soms hingen bezoekers niet voor de coffeeshop zelf, maar wat verderop in de straat of op een pleintje. Hierbij moet vermeld worden dat de observaties hebben plaatsgevonden in de koude maand februari, waardoor het mogelijk is dat we minder 'hangers' voor de deur hebben aangetroffen dan het geval zou zijn bij beter weer.

Tabel 6.3 Klanten die rondhingen voor de coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	106	3	12	28	37	186
Enkeling	2	1	1	0	1	5
3 – 5 klanten	1	0	0	0	1	2
Meer dan 5 klanten / groepje(s)	2	0	0	0	0	2
Totaal	111	4	13	28	39	195

Ten slotte werd bij de observaties gekeken naar de aanwezigheid van een terras, stoelen of een bankje voor de deur van de coffeeshop. (Het gedrag van klanten die daar kunnen zitten zou als overlast ervaren kunnen worden). Bij vier op de vijf coffeeshops (80%) was dit niet het geval. Bij de andere shops stonden meestal een paar stoelen of een bankje voor de deur (13%), minder vaak tussen vijf en tien stoelen/zitplaatsen (5%) en bij nog iets minder coffeeshops meer dan tien (3%). Meer dan vijf stoelen/zitplaatsen troffen we vrijwel uitsluitend in Centrum aan.

Tabel 6.4 Terras e.d. voor de coffeeshop

	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	Totaal
Geen	77	4	12	26	36	155
Enkele stoelen, bankje	22	0	0	1	3	26
5 – 10 stoelen	8	0	0	1	0	9
Meer dan 10 stoelen	4	0	1	0	0	5
Totaal	111	4	13	28	39	195

### Klachten volgens exploitanten

In de 66 interviews met exploitanten/bedrijfsvoerders is tevens gevraagd naar klachten en de afhandeling daarvan. Het overgrote deel (90%) zegt nooit klachten binnen te krijgen en een aantal benadrukt zelfs het goede contact met de buurt: “De TNT post laat hier zelfs pakketjes achter voor bewoners hier in de buurt.” Officiële klachten komen dus zelden voor, maar vrijwel elke coffeeshop heeft weleens te maken (gehad) met een buurman- of vrouw, omdat de muziek te luid staat of dat de deur hard dichtslaat en de bovenburen het horen. Buurtbewoners lossen het in de ogen van de exploitanten doorgaans netjes op door “gewoon naar binnen te lopen en het te melden.” Exploitanten zien dit niet als een klacht dus, maar meer als een vraag of verzoek. Meestal is dit in de ‘buurtshops’ niet eens nodig. De eigenaren van deze shops zeggen vaak iedereen in de buurt te kennen, “dus zal een klacht niet snel ontstaan.” Eerder zou iemand naar ze toestappen om “er even over te kletsen.”

De geïnterviewde exploitanten vinden dat zij zich goed opstellen tegenover buurtbewoners. Al vinden ze de klacht of het verzoek om bijvoorbeeld de muziek zachter te zetten niet terecht, toch gaan ze over op actie. Alle exploitanten zeggen dat ze een goede relatie met de buurt belangrijk vinden. “Maar uiteraard valt niet iedereen te plezieren.” Twee exploitanten hebben een vergunning tot 01:00 ’s nachts, maar sluiten een uur eerder vanwege de (rust van de) burens.

Enkele shops hebben een buurman of -vrouw die altijd klaagt, over alles en nog wat. Deze wordt volgens de geïnterviewden vaak niet eens meer serieus genomen door de buurt en/of politie. Verder is het soms de veranderende samenstelling van de buurt die klachten kan opleveren. Een coffeeshophouder vertelt: “Wij zitten hier al zolang. Nu er steeds meer yuppen in de buurt komen wonen, klagen ze over de in- en uitstroom van mensen in hun straat. De vorige bewoners hebben daar nooit last van gehad.” Of hij de klachten terecht vindt? “Dat hadden ze zich moeten bedenken voordat ze hier een huis kochten. Onze klanten veroorzaken geen overlast, maar ja, het zijn er wel veel, dus we hebben een grote in- en uitstroom.” Een van de exploitanten zegt vaak klachten te krijgen over plassende personen in de omgeving van de coffeeshop. “Het personeel gaat dan altijd even naar buiten om te kijken of dat waar is en of het klanten zijn van de coffeeshop. Vaak is dit niet zo, maar dan spreekt het personeel de schuldigen er toch op aan.”

Om klachten over parkeeroverlast te voorkomen, hebben veel van de bezochte coffeeshops een bordje op de deur waarop staat dat ‘dubbelparkeerders’ niet worden geholpen. In het verleden hebben veel coffeeshops hier wel problemen mee gehad, dus daar wordt extra goed op gelet.

Daarnaast zeggen geïnterviewden dat zij hun klanten echt verzoeken om niet voor de deur of in portieken te hangen en luid te praten, omdat ze weten dat dit overlast veroorzaakt.

### **Conclusie**

Fietsen of scooters voor de deur, klanten op het terras of die op straat rondhangen en dubbel geparkeerde auto's kunnen aanleiding geven tot klachten over overlast. Uit observaties bij 195 coffeeshops dat dergelijke zaken weinig voorkomen, dan wel meestal niet specifiek zijn voor een coffeeshop, bijvoorbeeld omdat overal in de straat fietsen of scooters op de stoep staan. Groepjes klanten die voor de deur rondhangen hebben we zelden aangetroffen, maar dit zou vaker kunnen voorkomen bij warm weer. Gezien het aantal klanten per uur (zie hoofdstuk 6) is echter aannemelijk dat het dan steeds om kleine groepjes zal gaan.

Exploitanten krijgen naar eigen zeggen weinig klachten over overlast en doen er veel aan om een goed contact met de buurt te onderhouden. Met bordjes waarschuwen zij klanten tegen foutparkeren en klanten worden gemaand om zich voor de deur gedeisd te houden.



## 7 Bezoekersprofiel en voorkeuren

Tussen begin februari en eind maart 2011 zijn in **59** Amsterdamse coffeeshops **1214** bezoekers geïnterviewd. Dat gebeurde op dezelfde dagen en tijdstippen als waarop de tellingen werden verricht (zie hoofdstuk 5). In dit hoofdstuk schetsen we een profiel van de coffeeshopbezoekers, inclusief hun eventuele voorkeur voor bepaalde typen coffeeshops. In volgende hoofdstukken worden andere thema's besproken waarover vragen werden gesteld in de enquête, te weten: motieven voor coffeeshopbezoek (hoofdstuk 8), bezoekersstromen (hoofdstuk 9) en de wietpas (hoofdstuk 10).

### *Hoe de cijfers te lezen*

Per thema worden de bevindingen weergegeven. In de meeste gevallen is ook onderzocht of er verschillen zijn tussen de klanten in de verschillende stadsdelen. Daarbij kijken we vooral naar eventuele verschillen tussen bezoekers van coffeeshops in Centrum en de rest van Amsterdam. We spreken alleen van *verschillen* als deze statistisch significant zijn, dat wil zeggen voor minimaal 95% niet aan toeval toe te schrijven ( $p < .05$ ).

Soms wordt naast het gemiddelde de *mediaan* aangegeven. Dat is de score waar de helft boven en de andere helft onder zit. De mediaan geeft soms een realistischer beeld van de 'doorsnee' omdat het gemiddelde vertekend kan worden door extreme antwoorden (uitschieters), bijvoorbeeld door een paar respondenten die veel meer joints per dag roken dan de rest.

### **Steekproef, respons en representativiteit**

Van de deelnemende 59 coffeeshops zijn 18 gevestigd in Centrum, 2 in Noord, 5 in Oost, 17 in Zuid en 17 in West. De verdeling van de 1214 bezoekers over de coffeeshops was al volgt: 27% in Centrum, 4% in Noord, 9% in Oost, 31% in Zuid en 28% in West. Dat is een redelijke afspiegeling van de verdeling van de coffeeshops over de stad (de 'toeristenshops' niet meegerekend), zij het dat Oost wellicht iets is ondervertegenwoordigd.

Over het geheel genomen was er een grote bereidheid bij de coffeeshopbezoekers om mee te doen aan het onderzoek. Wanneer zij niet meededen (dat gebeurde bij ongeveer één op de tien klanten), gaven ze hiervoor vooral reden op dat ze geen tijd hadden. Er was hierbij geen sprake van selectiviteit naar leeftijd, wel blijken iets minder vrouwen meegedaan te hebben aan de enquête dan er in de coffeeshops geteld werden (18% bij de tellingen, 14% deed mee aan de enquête). Ook in eerder Antenne onderzoek onder Amsterdamse coffeeshopbezoekers was het aandeel vrouwen iets hoger.<sup>12</sup> De gemiddelde leeftijd komt goed overeen met de tellingen,

---

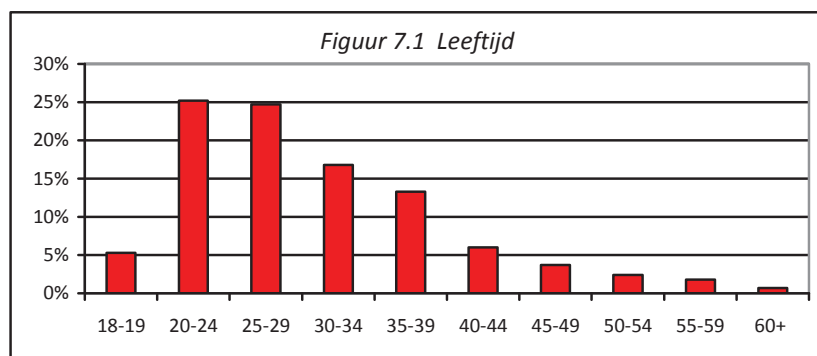
<sup>12</sup> 19.2% (Nabben et al., 2010).

maar is een paar jaar hoger dan in Antenne.<sup>13</sup> De verdeling naar etniciteit (westers vs. niet-westers) komt goed overeen met Antenne.<sup>14</sup>

De 1214 coffeeshopbezoekers vertegenwoordigen geen representatieve steekproef van alle coffeeshopklanten in Amsterdam. Met onze aanpak maakten bezoekers die vaker in de coffeeshop komen een veel grotere kans om geïnterviewd te worden dan degenen die af en toe komen. De survey levert wel een tamelijk getrouw beeld op van de bezoekers die tijdens de piekdagen en piekuren in de coffeeshops te vinden zijn. Door te kiezen voor de piekdagen en piekuren in de week wordt de oververtegenwoordiging van frequente (dagelijkse) bezoekers enigszins gecompenseerd. Daarnaast beperkte de enquête zich tot coffeeshopbezoekers die voldoende Nederlands spreken. In de praktijk betekent dit dat voornamelijk toeristen buiten beschouwing zijn gelaten. (Zij komen aan bod in een aanvullend onderzoek).

### Leeftijd, geslacht en etniciteit

De leeftijd van de respondenten varieert van 18 tot en met 71 jaar en is gemiddeld 32.4 jaar (mediaan 30 jaar). Een kleine minderheid (6%) is jonger dan 20 jaar. Iets minder dan de helft bestaat uit twintigers, ongeveer een kwart is dertiger en de rest is ouder. Wat betreft leeftijd is er geen verschil tussen de respondenten in Centrum en de rest van de stad.



Jongens en mannen zijn veruit in de meerderheid; 14% is van het vrouwelijke geslacht. Deze verdeling was in Centrum vergelijkbaar met die in de rest van de stad. Echter, in sommige coffeeshops was één op de drie geënquêteerde bezoekers een vrouw, in andere niemand.

Ruim tweederde van de respondenten is in Nederland geboren (69%), de rest verdeeld over tientallen landen, waarvan het vaakst in Marokko of Suriname (respectievelijk 9% en 6% van de totale groep). Niet iedereen die in Nederland geboren is, geldt als autochtoon. Etniciteit wordt in Nederland bepaald aan de hand van het eigen geboorteland en dat van de ouders en daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen autochtonen (zelf en beide ouders in Nederland geboren) en allochtonen (minstens een van de ouders in het buitenland geboren), opgesplitst in wes-

<sup>13</sup> 28.0 jaar (Nabben et al., 2010).

<sup>14</sup> 52.5% niet-westers (Nabben et al., 2010).

terse en niet-westerse allochtonen. Bij de respondenten vormen autochtonen (40%) de grootste subgroep; als de westerse allochtonen hierbij opgeteld worden, dan heeft bij elkaar genomen ruim de helft een westerse etniciteit (54%). Na de autochtonen vormen Marokkanen de grootste subgroep (19%), gevolgd door Surinamers (12%).

Van de onderzochte coffeeshopbezoekers in Centrum is bijna tweederde westers, in de rest van de stad zijn ze ongeveer even vaak westers als niet-westers.

Tabel 7.1 *Etniciteit*

	n	%
Nederland	477	39.8
Marokko	225	18.8
Turkije	54	4.5
Suriname	145	12.1
Antillen/Aruba	27	2.3
Indonesië	36	3.0
Overig westers	136	11.3
Overig niet-westers	100	8.3
Totaal	1200	100
Weet niet/onbekend	14	

Tabel 7.2 *Etniciteit: westers en niet-westers*

	Totaal		Centrum		Overig		p
	n	%	n	%	n	%	
Westers	649	54.1	205	63.3	444	50.7	
Niet-westers	551	45.9	119	36.7	432	49.3	
Totaal	1200	100	324	100	876	100	<.001
Weet niet/onbekend	14						

### Woonplaats

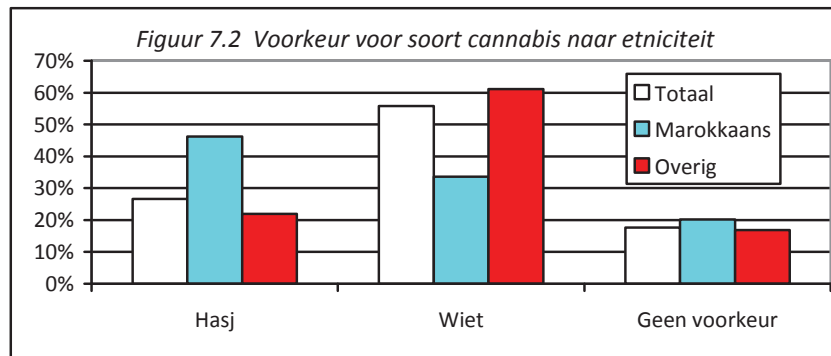
De overgrote meerderheid van de respondenten woont in Amsterdam (89%), 7% woont in de buurt van Amsterdam (max. 30 minuten met openbaar vervoer) en 5% woont verder weg. In coffeeshops in Centrum komen verhoudingsgewijs iets meer bezoekers vanuit gemeenten onder de rook van Amsterdam.

Tabel 7.3 Woonplaats

	Totaal		Centrum		Overig		p
	n	%	n	%	n	%	
Amsterdam	1075	88.6	276	84.1	799	90.3	
Buurt van Amsterdam	83	6.8	35	10.7	48	5.4	
Verder weg	55	4.5	17	5.2	38	4.3	
Totaal	1213		328	100	885	100	
Onbekend	1						.004

### Cannabisgebruik

Krap tweederde gebruikt dagelijks of bijna dagelijks cannabis (66%), de rest één of een paar keer per week (27%) of minder vaak (7%). Op een dag dat ze blowen, roken ze gemiddeld 3.3 joints (mediaan 3). Meer respondenten roken meestal wiet (56%) dan meestal hasj (27%); de rest heeft geen echte voorkeur (18%). Op al deze punten is er geen verschil tussen bezoekers in Centrum en in de rest van de stad. Marokkanen onderscheiden zich echter duidelijk van de overige bezoekers doordat zij veel vaker de voorkeur geven aan hasj.



### Coffeeshopbezoek

Bij het coffeeshopbezoek maken we een onderscheid tussen bezoek in het algemeen en bezoek aan de coffeeshop waar de respondenten werden geïnterviewd.

- Van de afgelopen 10 keer dat de respondenten naar een coffeeshop gingen, was dat gemiddeld 9.6 keer in Amsterdam.
- Van de afgelopen 10 keer dat de respondenten naar een Amsterdamse coffeeshop gingen, was dat gemiddeld 7.0 keer in de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd (mediaan 8.0). Dat geldt iets vaker voor bezoekers die buiten het Centrum werden geïnterviewd (gemiddeld 7.1 vs. 6.7 van de 10 keer).
- Iets meer dan de helft (56%) ging ook naar een of meer andere Amsterdamse coffeeshops.

- Meestal was dat naar een, twee of drie andere coffeeshops (respectievelijk 29%, 30% en 20% van degenen die meer dan één coffeeshop bezochten). Maar er zijn ook respondenten die de afgelopen 10 keer vooral naar allerlei verschillende coffeeshops gingen.

Voor driekwart van de respondenten is de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd ('deze coffeeshop') ook de coffeeshop waar zij het allermeest komen. Voor de meeste anderen is dat een andere Amsterdamse coffeeshop en voor een kleine minderheid eentje buiten Amsterdam. Respondenten die in coffeeshops buiten het Centrum zijn geïnterviewd noemen iets minder 'deze coffeeshop' dan bezoekers die in coffeeshops in Centrum zijn geïnterviewd.

Tabel 7.4 Welke coffeeshop bezoek je het allermeest?

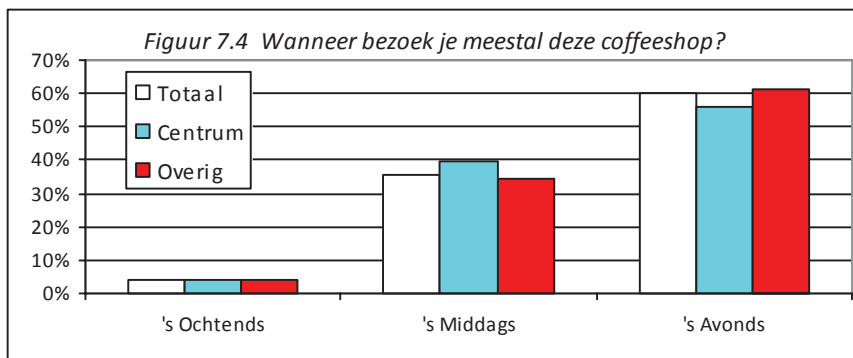
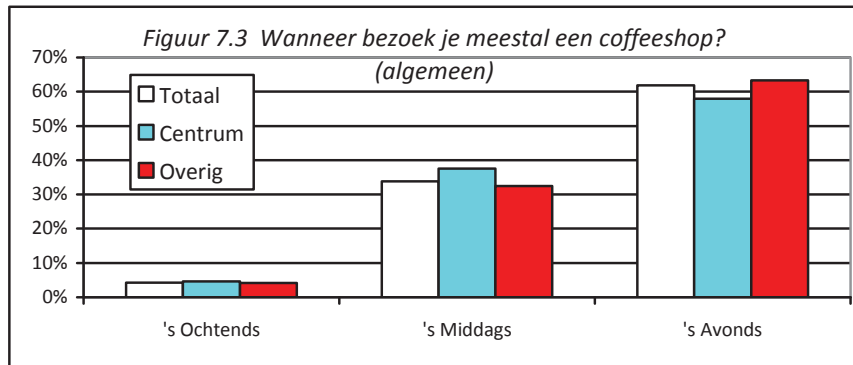
	Totaal		Centrum		Overig		p
	n	%	n	%	n	%	
Deze coffeeshop	892	73.7	224	68.5	668	75.6	
Andere Amsterdamse coffeeshop	277	22.9	90	27.5	187	21.2	
Coffeeshop buiten Amsterdam	42	3.5	13	4.0	29	3.3	
Totaal	1211	100	327	100	884	100	.045
Onbekend	3						

De meeste geïnterviewde bezoekers gaan dagelijks (38%) of een paar keer per week (42%) naar de coffeeshop. De rest gaat een keer per week (12%) of minder vaak. Hierbij is er geen verschil tussen bezoekers in Centrum en de rest van de stad. Aangezien een substantieel deel van de respondenten niet steeds naar dezelfde (Amsterdamse) coffeeshop gaat, ligt de frequentie van het bezoek aan de coffeeshops waar zij werden geïnterviewd uiteraard lager dan hun coffeeshopbezoek in het algemeen. Toch gaan twee op de drie respondenten dagelijks (27%) of een paar keer per week (42%) naar deze coffeeshop.

Tabel 7.5 Frequentie coffeeshopbezoek

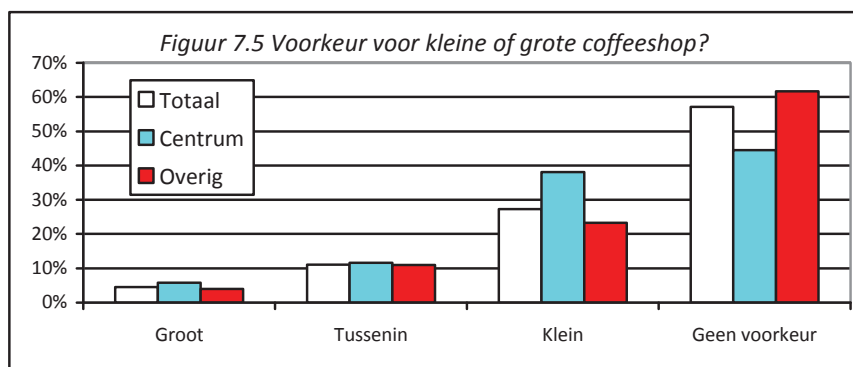
	Algemeen		Deze coffeeshop	
	n	%	n	%
Elke dag	458	37.9	322	26.6
Paar keer per week	504	41.7	503	41.5
1 x per week	141	11.7	122	10.1
Paar keer per maand	64	5.3	119	9.8
1 x per maand	13	1.1	32	2.6
Minder	17	1.4	44	3.6
Zelden/nooit	13	1.1	70	5.8
Totaal	1210	100	1212	100
Onbekend	4		2	

Verdeeld over de dag ligt de piek in het *algemene* coffeeshopbezoek overduidelijk in de avonden (62%). Op flinke afstand volgt de middag (34%). Een kleine minderheid bezoekt meestal 's ochtends de coffeeshop (4%). Het bezoek aan *deze* coffeeshop laat vrijwel dezelfde verdeling over de dag zien. In beide gevallen is er geen verschil tussen Centrum en de rest van de stad.



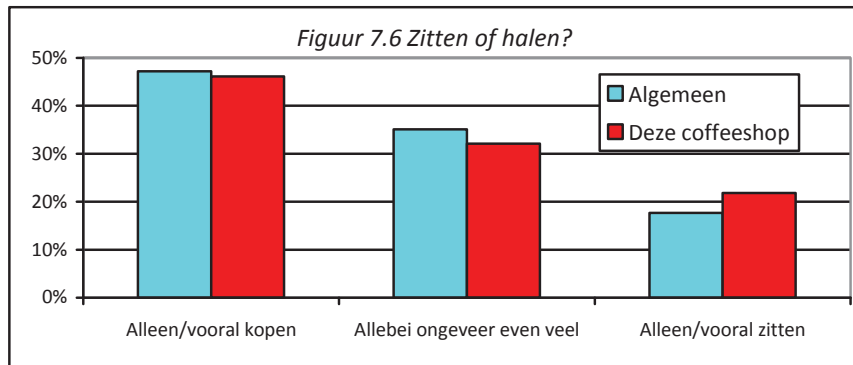
### Voorkeur voor grote of kleine coffeeshop

Veel respondenten hebben geen duidelijke voorkeur voor een kleine of een grote coffeeshop, maar als ze wel een voorkeur hebben dan veel vaker voor een kleine dan een middelgrote coffeeshop. Veruit het minst kiezen ze voor een grote coffeeshop. Respondenten in Centrum hebben vaker een bepaalde voorkeur dan die in de rest van de stad, vooral vaker voor een kleine coffeeshop.

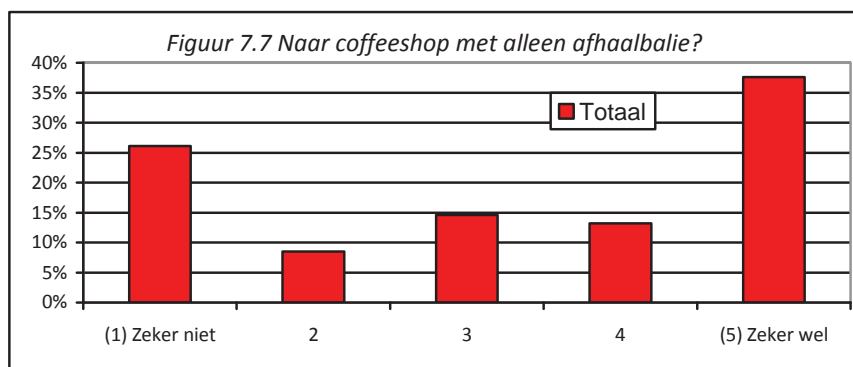


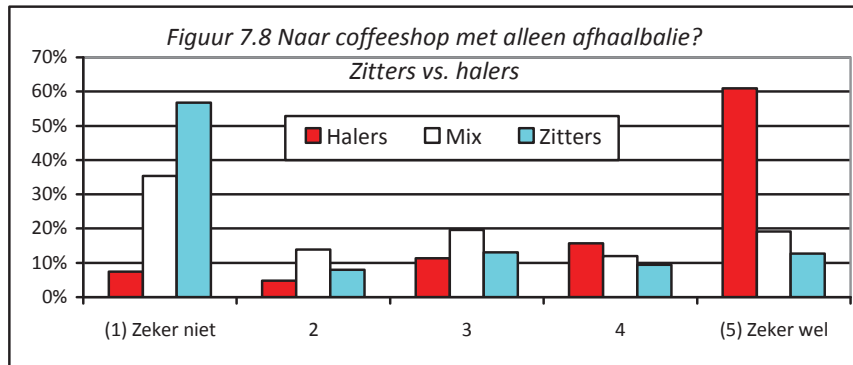
### Zitten of halen?

Bijna de helft van de respondenten gaat alleen of vooral naar de coffeeshop om er cannabis te halen, veel minder gaan alleen of vooral om te zitten. Ruim een op de drie gaat om een combinatie van halen en zitten. Voor de coffeeshops waar de respondenten werden geïnterviewd geldt grotendeels hetzelfde, maar hier komen zij verhoudingsgewijs iets vaker alleen of vooral om te zitten. In beide gevallen is er geen verschil tussen Centrum en de rest van de stad.



Wat vinden de bezoekers van coffeeshops zonder zitgelegenheid en uitsluitend een afhaalbalie? Hoe groot is de kans dat zij hier naartoe zouden gaan? De respondenten kregen een schaal voorgelegd, oplopend van (1) zeker niet tot en met (5) zeker wel. Ongeveer een op de drie bezoekers zou daar niet of zeker niet naartoe gaan, tegenover ongeveer de helft wel of zeker wel. Zoals te verwachten valt, zijn halers vaker geïnteresseerd in zo'n coffeeshop dan zitters. Toch zijn er ook halers die zeggen dat ze niet of zeker niet naar een coffeeshop met alleen een afhaalbalie zouden gaan – en andersom zijn er zitters die er wel of zeker wel naartoe zouden gaan.





### Samenvatting en conclusie

In het voorjaar van 2011 zijn 1214 bezoekers van Amsterdamse coffeeshops geïnterviewd. Zij vormen een redelijke doorsnee van de bezoekers die op piekdagen en piekuren in coffeeshops worden aangetroffen, met uitzondering van toeristen, want die niet zijn meegenomen in dit onderzoek. Frequente bezoekers – en daarmee waarschijnlijk ook frequente cannabisgebruikers – zijn bij dergelijke onderzoeken oververtegenwoordigd. Van de onderzochte bezoekers bluft 93% minstens een keer per week en bijna net zoveel komen minstens een keer per week in een coffeeshop (91%).

De gemiddelde leeftijd is 32.4 jaar (range 18–71 jaar) en 14% is van het vrouwelijk geslacht. Iets meer dan de helft heeft een westerse etniciteit (40% is autochtoon); in coffeeshops in Centrum is dat bijna tweederde en in de rest van de stad ongeveer de helft. Twee op de drie geïnterviewde bezoekers blowen dagelijks of bijna dagelijks. Bezoekers hebben vaker een voorkeur voor wiet boven hasj, behalve Marokkaanse bezoekers.

Verreweg de meeste respondenten wonen in Amsterdam en anders meestal wel in de buurt van de stad. Bijna al hun recente bezoeken aan coffeeshops waren in Amsterdam. Een deel is honkvast (en vaak gaan deze respondenten naar de coffeeshops waar zij werden geïnterviewd), anderen bezoeken allerlei verschillende Amsterdamse coffeeshops. Buiten Centrum zijn bezoekers wat sterker gehecht aan een bepaalde coffeeshop.

De piek in coffeeshopbezoek ligt duidelijk in de avonduren; krap tweederde gaat meestal dan naar de coffeeshop. Ongeveer een derde gaat meestal in de middag en een hele kleine minderheid in de ochtend (o.a. bezoekers die 's nachts hebben gewerkt).

Voor veel bezoekers maakt het niet echt uit hoe groot een coffeeshop is, maar als zij wel een voorkeur hebben, dan scoren grote coffeeshops duidelijk het laagst en kleine coffeeshops het hoogst. Het sterkst geldt dit laatste voor bezoekers van coffeeshops in Centrum.

Meer respondenten gaan alleen of vooral naar de coffeeshop om er cannabis te halen dan alleen of vooral om er te zitten. Hierbij is er geen verschil tussen bezoekers in Centrum en de rest van de stad. De animo voor coffeeshops met uitsluitend een afhaalbalie en zonder zitgelegenheid is sterk verdeeld. Niet verrassend is dat halers vaker geïnteresseerd zijn in zo'n coffeeshop dan zitters. Maar er zijn ook halers die niet naar een coffeeshop met alleen een afhaalbalie zouden willen – en andersom zijn er zitters die er wel naartoe zouden gaan.



## 8 Motieven voor coffeeshopbezoek

In hoofdstuk 7 hebben we geconstateerd dat bezoekers van Amsterdamse coffeeshops veel vaker een voorkeur hebben voor kleine dan voor grote coffeeshops, maar ook dat de animo voor coffeeshops met uitsluitend een afhaalbalie sterk verdeeld is. Om meer te weten te komen over wat bezoekers wel of juist niet belangrijk vinden aan een coffeeshop hebben we de respondenten 18 criteria voorgelegd waarvan zij moesten aangeven hoe belangrijk deze zijn voor hun eigen coffeeshopbezoek. Dat gebeurde op twee manieren. Eerst vroegen we om voor *deze coffeeshop* (waar zij werden geïnterviewd) bij elk criterium te kiezen tussen: onbelangrijk, neutraal en belangrijk. Later in de vragenlijst werden dezelfde 18 criteria nogmaals voorgelegd en nu moesten de respondenten aangeven welke drie criteria voor hen het belangrijkste zijn voor hun coffeeshopbezoek *in het algemeen*.

In dit hoofdstuk draaien we de volgorde om en bespreken we eerst welke criteria de respondenten voor hun coffeeshopbezoek in het algemeen belangrijk vinden. Vervolgens komen de criteria voor deze coffeeshop aan bod. Na een overzicht van belangrijke en onbelangrijke criteria wordt met statistische analyse onderzocht welke criteria samen clusters van motieven voor coffeeshopbezoek vormen. Aansluitend worden de onderscheiden clusters nader getypeerd aan de hand van andere kenmerken van de bezoekers en gaan we na hoe de clusters verdeeld zijn over de stad.

### Coffeeshopbezoek in het algemeen

Onbetwist bovenaan bij het coffeeshopbezoek in het algemeen staat de kwaliteit van cannabis. Bijna de helft vindt dit zelfs het allerbelangrijkste criterium. Op flinke afstand volgen: vriendelijk personeel en dichtbij huis (dit derde criterium wordt relatief vaak als allerbelangrijkst aangekruist). In afnemende mate scoren vervolgens: goede sfeer, goedkope hasj/wiet, gezellig zitten en vrienden/bekenden ontmoeten. Alle ander criteria scoren minder dan 10%

#### *Specifieke pullfactoren*

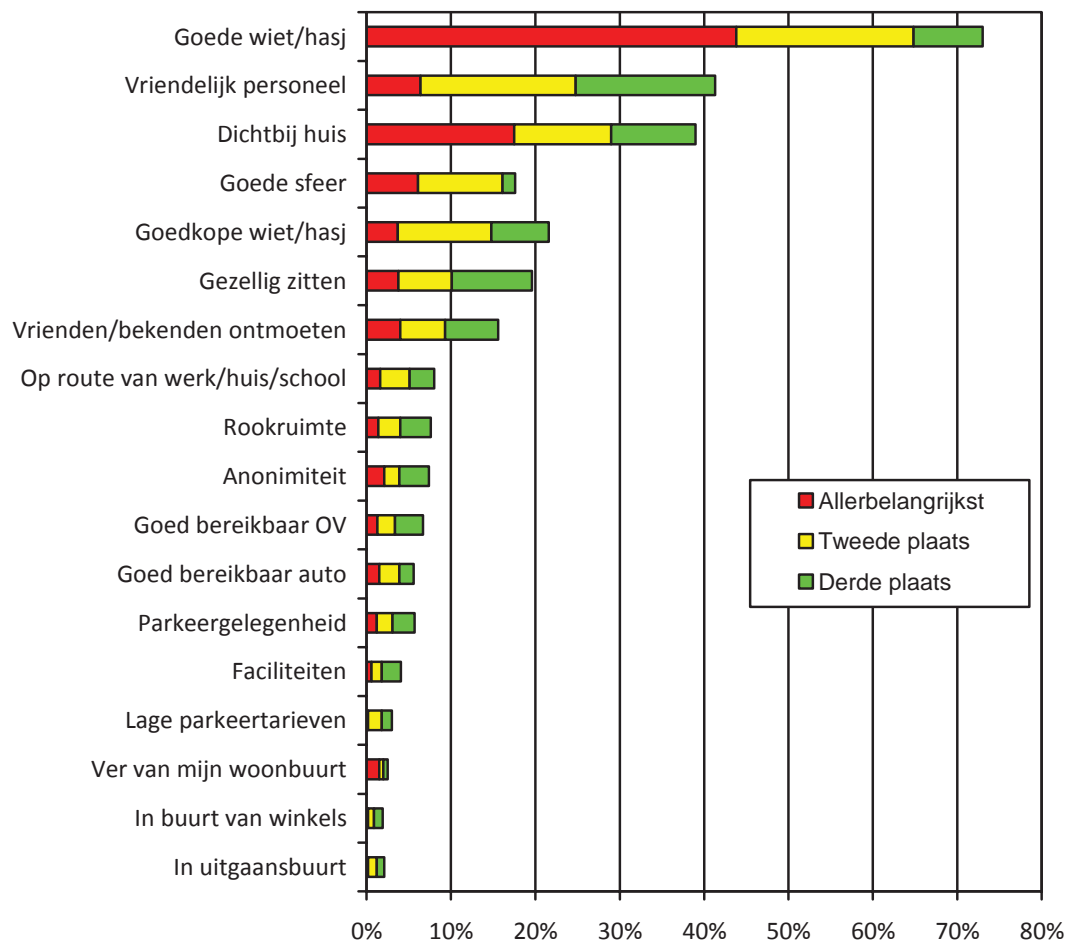
Bij de criteria die wel scoren gaat het vooral om specifieke pullfactoren, dat wil zeggen: *kenmerken van de coffeeshop zelf*. Deze hebben enerzijds betrekking op het *product* dat coffeeshops verkopen: cannabis. Hiervoor geldt dat kwaliteit over het geheel genomen kennelijk zwaarder weegt dan prijs. Anderzijds zijn er specifieke pullfactoren die te maken hebben met de *setting*: vriendelijk personeel, goede sfeer (muziek, inrichting, huisregels, etc.), gezellig zitten en vrienden/bekenden ontmoeten.

Specifieke pullfactoren die relatief weinig in de top drie van bezoekers voorkomen zijn: rookruimte, faciliteiten (games, internet, televisie, etc.) en anonimiteit.

### Algemene pullfactoren

Deze factoren hebben betrekking op de bereikbaarheid en de omgeving van de coffeeshop. Van deze factoren scoort alleen 'dichtbij huis' bij de drie belangrijkste kenmerken boven de 10%. Hiermee is niet gezegd dat deze kenmerken nauwelijks of niet meetellen bij de keuze voor een bepaalde coffeeshop, maar wel dat zij voor coffeeshopbezoek in het algemeen niet tot de drie belangrijkste criteria behoren.

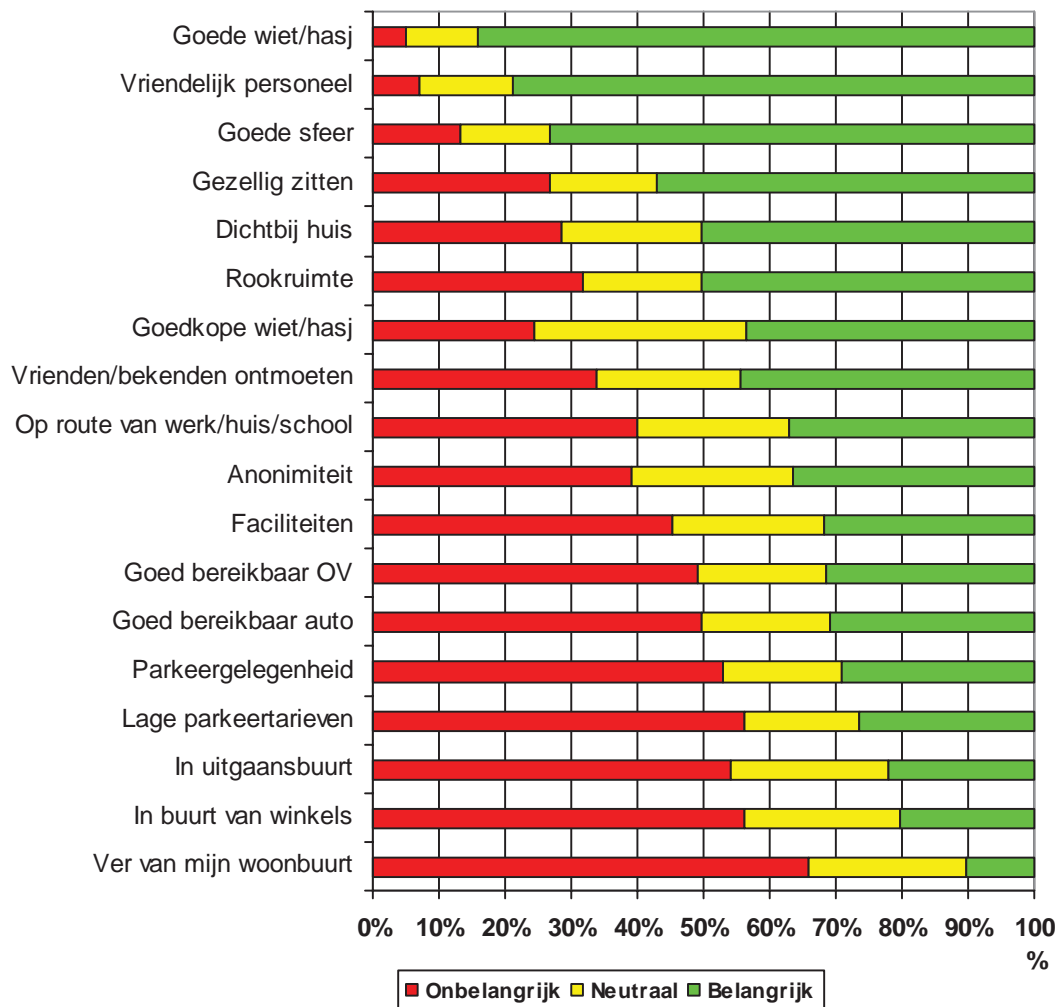
Figuur 8.1 Drie belangrijkste criteria voor coffeeshopbezoek in het algemeen



### Bezoek aan deze coffeeshop

Voor de coffeeshop waar zij werden geënquêteerd – en over het geheel genomen ook het vaakst komen - hadden de respondenten meer keuzeruimte, want nu moesten ze voor elk criterium aangeven of zij het wel of niet belangrijk vonden. Op alle criteria is er variatie in de antwoorden, maar sommige criteria vinden veel respondenten belangrijk, terwijl andere criteria voor de meesten onbelangrijk zijn.

Figuur 8.2 Mate van belang voor bezoek aan deze coffeeshop



### Specifieke pullfactoren

Voor bezoek aan deze coffeeshop komen dezelfde specifieke pullfactoren terug als bij de top drie criteria voor coffeeshopbezoek in het algemeen. Tegelijkertijd is het beeld nu meer genuanceerd. Zo vindt nu bijna de helft van de respondenten de prijs (goedkope hasj/wiet) belangrijk, terwijl dit criterium bij minder dan een kwart van de respondenten in de top drie stond bij coffeeshopbezoek in het algemeen. Ook vindt de helft de aanwezigheid van een rookruimte belangrijk, terwijl dit criterium weinig scoorde in de top drie voor coffeeshopbezoek in het algemeen.

### Algemene pullfactoren

Voor zover respondenten algemene factoren belangrijke vinden voor hun bezoek aan deze coffeeshop, hebben ze voornamelijk betrekking op de bereikbaarheid: op de route van werk/huis/school, goed bereikbaar met de auto of het openbaar vervoer, parkeergelegenheid

en lage parkeertarieven. Alle bereikbaarheidscriteria worden door minder dan de helft van de respondenten belangrijk gevonden, behalve 'dichtbij huis'. De meerderheid vindt het onbelangrijk of de coffeeshop in een uitgaansbuurt of in de buurt van winkels ligt.

#### *Centrum versus andere stadsdelen*

Tussen bezoekers van coffeeshops in Centrum en die van coffeeshops elders in Amsterdam zijn er met betrekking tot de criteria voor bezoek aan deze coffeeshop meer overeenkomsten dan verschillen. Wel vinden respondenten uit coffeeshops buiten Centrum het belangrijker dat een coffeeshop dichtbij huis is, dat deze goed bereikbaar is met de auto, dat er voldoende parkeergelegenheid is en de parkeertarieven laag zijn, dat er andere faciliteiten in de buurt zijn en dat er een rookruimte is.

#### **Vier clusters**

Clusteranalyse is een statistische methode om groepen van mensen, kenmerken, gedragingen, opvattingen en dergelijk te construeren. Het ene cluster onderscheidt zich van andere clusters doordat de respondenten in dat ene cluster het meest met elkaar gemeen hebben en tegelijkertijd het sterkst van respondenten in de andere clusters verschillen.

De clusteranalyse in dit hoofdstuk is gebaseerd op de scores van de respondenten op de 18 criteria voor hun bezoek aan de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd ('deze coffeeshop'). Deze analyse resulteerde in vier clusters als de meest optimale indeling. Sommige criteria spelen nauwelijks of geen rol bij de clustervorming. Dat is vooral het geval als er grote overeenstemming is, met andere woorden als de overgrote meerderheid iets belangrijk (bijvoorbeeld goede kwaliteit cannabis) of juist onbelangrijk (bijvoorbeeld coffeeshop ver van eigen woonbuurt) vindt.

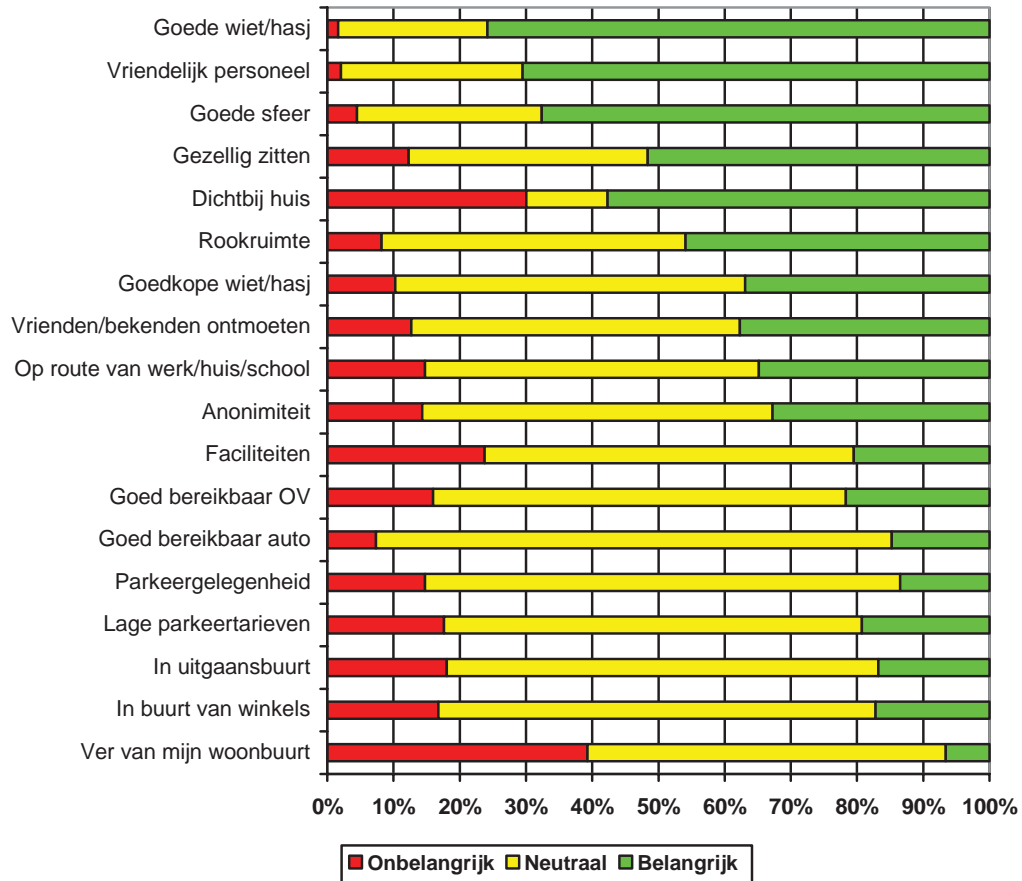
De vier clusters zijn als volgt te typeren:

1. Gemakzuchtigen
2. Socializers
3. Minimalisten
4. Autoklanten

Met deze typering wordt de meest opvallende grootste gemene deler binnen een cluster aangegeven. Hier is echter niet zo dat bijvoorbeeld uitsluitend respondenten van het vierde cluster met de auto naar de coffeeshop gaan.

Nadat de clusters waren bepaald, zijn alle respondenten vervolgens ieder voor zich ingedeeld in een van de vier clusters. Zodoende kon vervolgens worden getoetst of de clusters ook van elkaar verschillen op andere kenmerken van respondenten; de daarbij behorende tabellen staan als bijlage achter in dit rapport.

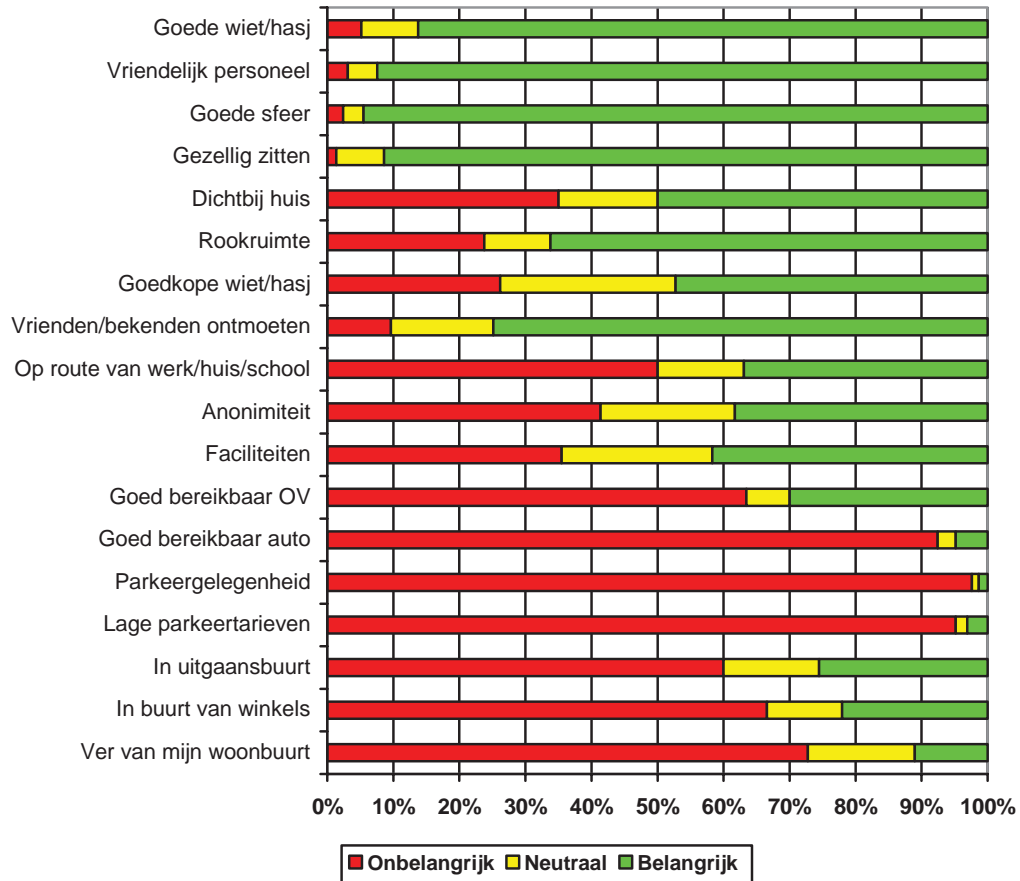
### Cluster 1 Gemakzuchtigen



Vergeleken met de andere clusters hebben deze respondenten vooral weinig voorkeuren en scoren zij neutraal op veel criteria, behalve de criteria die sowieso veel respondenten belangrijk vinden, zoals de kwaliteit van de cannabis, vriendelijk personeel en een goede sfeer.

Ongeveer een op de vijf respondenten valt in dit cluster (20.4%). Zij onderscheiden zich als volgt op andere kenmerken van de overige clusters: gemiddeld jonger, vaker 's middags naar coffeeshop, zowel om zitten als te halen, vaker voorkeur voor een middelgrote coffeeshop, liever wiet dan hasj, vaker naar verschillende coffeeshops.

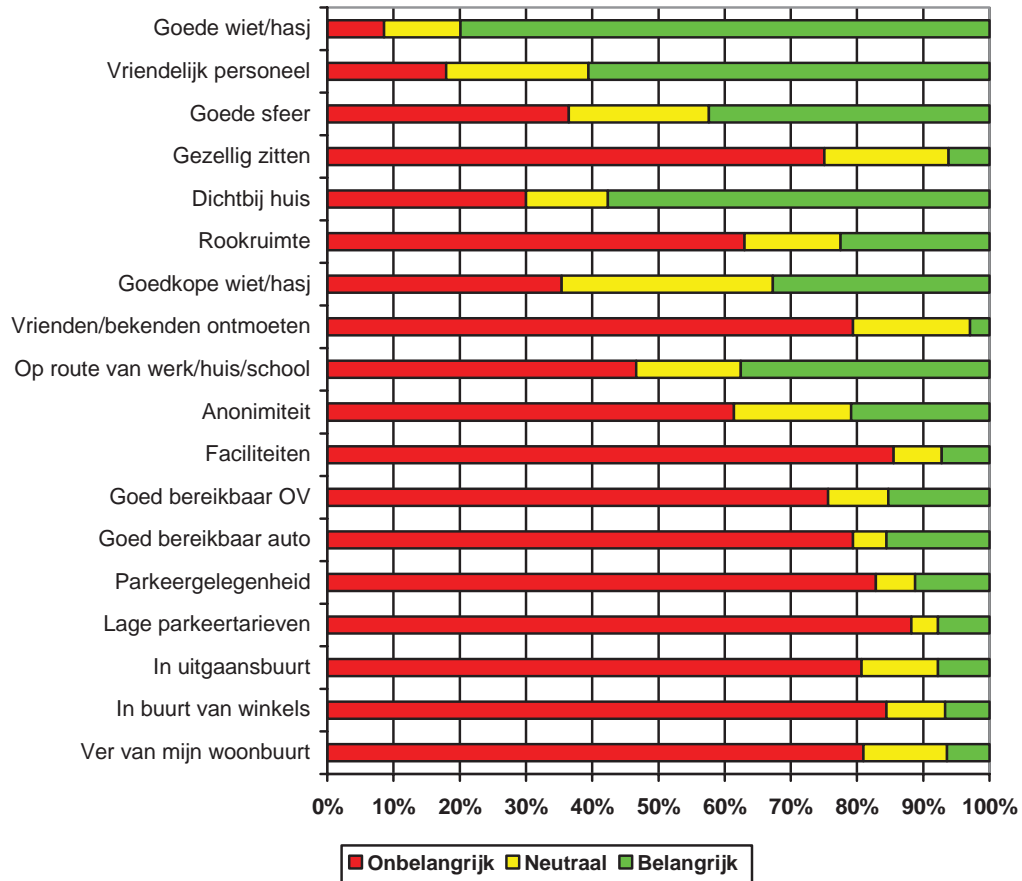
Cluster 2: Socializers



In vergelijking met de andere clusters vallen deze respondenten meteen op als een groep die heel vaak gezelligheid en het ontmoeten van vrienden en bekenden belangrijk vindt. Tegelijkertijd vinden zij goede bereikbaarheid met de auto en gunstig parkeren heel vaak onbelangrijk.

Ongeveer een kwart van de respondenten valt in dit cluster (24.1%). Zij onderscheiden zich als volgt op andere kenmerken van de overige clusters: zitters in plaats van halers, liever kleine coffeeshop, komen vaker lopend of op de fiets.

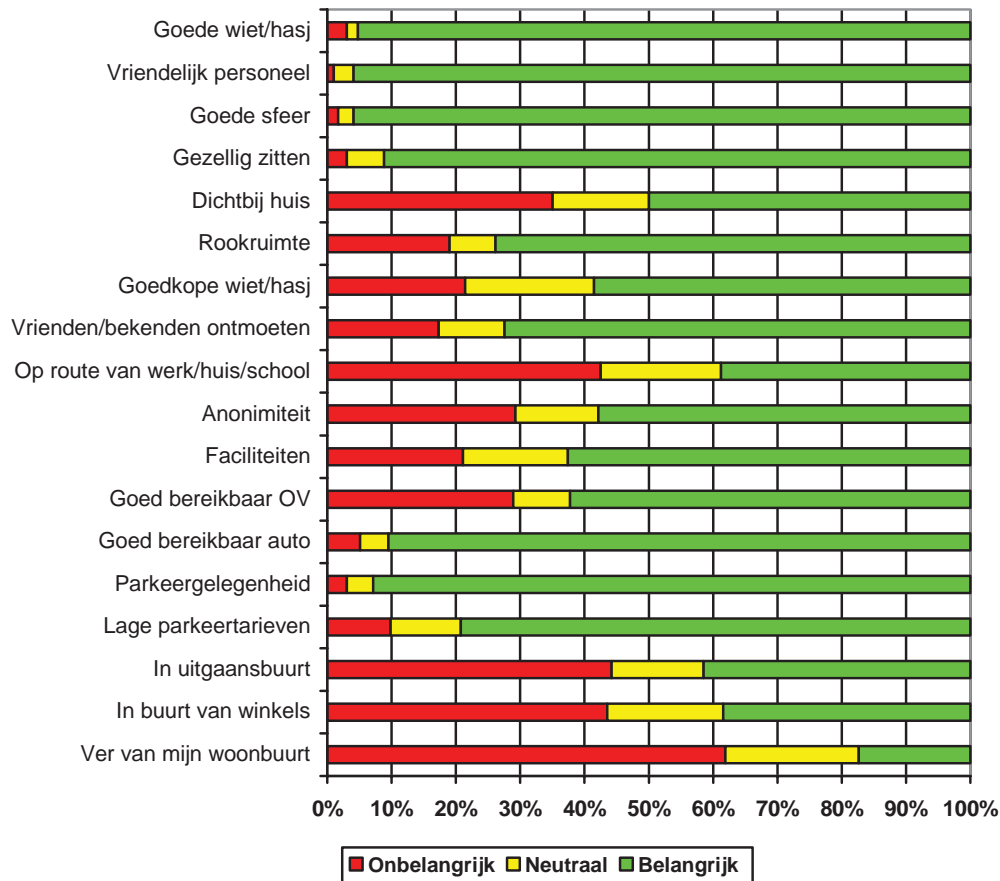
### Cluster 3: Minimalisten



Respondenten in dit cluster vinden vooral veel kenmerken *onbelangrijk*, en daarom noemen we hen minimalisten. Weliswaar willen ze goede kwaliteit cannabis en hechten ze in meerderheid aan vriendelijk personeel, maar daarin onderscheiden zij zich niet van de rest. Dat de coffeeshop dicht bij hun huis en/of op de route naar werk, huis of school ligt, vinden zij vaker belangrijk dan veel andere kenmerken.

Ongeveer een op de drie respondenten valt in dit cluster (31.1%). Zij onderscheiden zich als volgt op andere kenmerken van de overige clusters: het vaakst autochtoon, respectievelijk Westers, vaker halers, minder frequente bezoekers, minder frequente blowers, kortste reistijd, vaker lopend of met de fiets.

#### Cluster 4: Autoklanten



In het vierde cluster telt bovenal de bereikbaarheid van de coffeeshop met de auto. Ook al zijn ze kennelijk niet afkerig van het openbaar vervoer en hecht de overgrote meerderheid aan goede sfeer en gezellig zitten in de coffeeshop, toch springen goede bereikbaarheid met de auto, parkeergelegenheid en lage parkeertarieven springen er in vergelijking met de andere clusters veel sterker uit.

Ongeveer een op de drie respondenten valt in dit cluster. Zij onderscheiden zich als volgt op andere kenmerken van de overige clusters: het minst autochtoon en het vaakst Marokkaans, het minst meisjes/vrouwen, wat vaker van buiten Amsterdam, zowel om te zitten als te halen, frequentere bezoekers, liever grote coffeeshop, frequentere blowers, liever hasj, vaakst met auto of tram, zouden minst vaak naar coffeeshop in eigen buurt gaan als die er wel was (of meer waren). Tevens zouden zij minder dan andere clusters naar de coffeeshop gaan als die alleen een afhaalbalie heeft.



### Verdeling van de clusters over de stad

Op twee manieren kunnen we de verdeling van de clusters over de coffeeshops in Amsterdam weergeven. Let wel: in beide telt Zuidoost uiteraard helemaal niet mee, want daar staat geen enkele coffeeshop. Ook Nieuw-West blijft buiten beschouwing, want in de paar coffeeshops in dit stadsdeel zijn geen bezoekers geïnterviewd

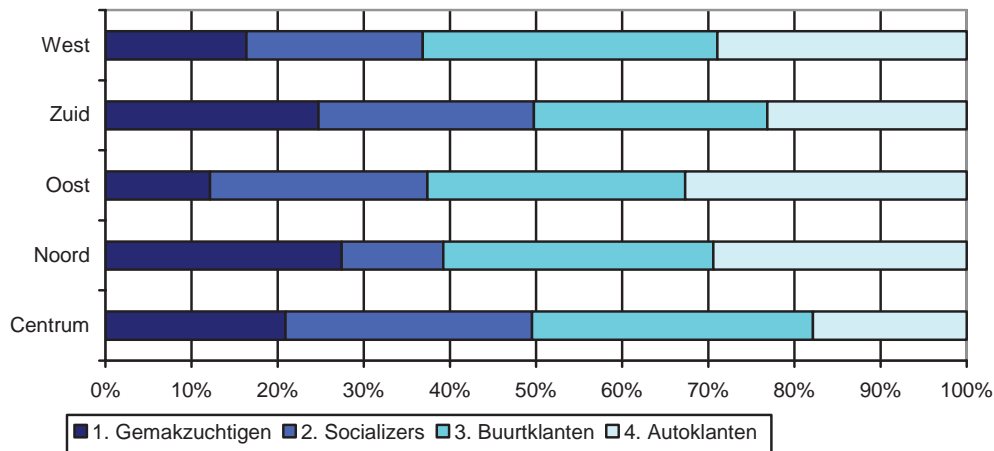
De ene manier is door uit te gaan van de vier clusters en te kijken in welke mate zij van toepassing zijn per stadsdeel waar de coffeeshops gevestigd zijn (tabel 8.1). Dat levert het volgende beeld op. (1) Gemakzuchtigen: vaakst in coffeeshops in Zuid, (2) Socializers: vaakst in coffeeshops in Zuid en Centrum, (3) Minimalisten: vaakst in coffeeshops in West en (4) Autoklanten: vaakst in coffeeshops in Zuid. Bij deze manier scoren coffeeshops in Noord altijd het laagst, simpelweg omdat daar de minste respondenten geïnterviewd zijn (maar ook weinig coffeeshops zijn).

Tabel 8.1 Verdeling van de clusters over stadsdelen waar de coffeeshops gevestigd zijn

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	P
Centrum	68 27.9	93 32.1	106 28.4	58 19.7	325 27.1	
Noord	14 5.7	6 2.1	16 4.3	15 5.1	51 4.2	
Oost	13 5.3	27 9.3	32 8.6	35 11.9	107 8.9	
Zuid	93 38.1	94 32.4	102 27.3	87 29.6	376 31.3	
West	56 23.0	70 24.1	117 31.4	99 33.7	342 28.5	
Totaal	244 100	290 100	373 100	294 100	1201 100	.001

De andere manier is door uit te gaan van de stadsdelen waar de coffeeshops gevestigd zijn en dan te kijken hoe de vier clusters binnen elk stadsdeel verdeeld zijn (figuur 8.7). Dan ontstaat het volgende beeld. Coffeeshops in West en Oost lijken sterk op elkaar, met relatief weinig gemakzuchtigen. Coffeeshops in Noord hebben verhoudingsgewijs de minste socializers. Coffeeshops in Centrum en Zuid hebben naar verhouding de minste autoklanten.

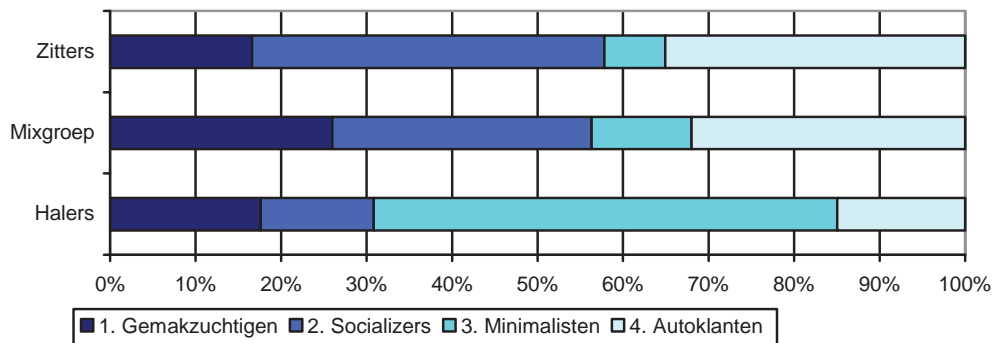
*Figuur 8.3 Verdeling van de clusters per stadsdeel waar de coffeeshops gevestigd zijn.*



**Verdeling van de clusters over zitters en halers**

In elk van de vier clusters vinden we zowel zitters als halers en ook respondenten die even vaak naar de coffeeshop komen om er te zitten als te halen ('mixgroep'). Opvallend veel halers zijn minimalisten, die vaak al tevreden zijn met de coffeeshop, zolang die maar dicht bij hun huis en/of op de route naar werk, huis of school ligt. Autoklanten vinden we naar verhouding het minst onder de halers. Bij de zitters zien we het vaakst socializers, maar ook vrij veel autoklanten. Slechts een kleine minderheid van de zitters behoort tot de minimalisten. Bij de mixgroep zijn drie clusters in gelijke mate vertegenwoordigd, met uitzondering van de minimalisten, die (ook) hier duidelijk in de minderheid zijn.

*Figuur 8.4 Verdeling van de clusters over zitters en halers.*



**Conclusie**

Veruit het belangrijkste criterium voor coffeeshopbezoek in het algemeen is de kwaliteit van de cannabis, hoewel toch een kwart van de bezoekers dit niet in hun top drie noemen. Op de tweede en derde plaats staan: vriendelijk personeel en dichtbij huis.

Bij de keuze voor het bezoek aan de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd scoren vooral specifieke pullfactoren hoog. Dat zijn factoren die te maken hebben met de coffeeshop zelf en het betreft ook hier vooral de goede kwaliteit van de cannabis en vriendelijk personeel, maar daarnaast vaak ook gezelligheid en de aanwezigheid van een rookruimte.

Algemene pullfactoren – die geen betrekking hebben op de coffeeshop zelf – scoren over het geheel genomen lager. De bezoekers hechten hierbij vooral aan goede bereikbaarheid (dicht bij huis, met openbaar vervoer of de auto).

Op basis van de scores die de respondenten gaven aan 18 criteria voor hun bezoek aan de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd, zijn vier typen bezoekers te onderscheiden. Een op de vijf respondenten behoort tot de *gemakzuchtigen*. Het maakt hun allemaal niet echt veel uit, zo lang de kwaliteit van de cannabis maar goed is, het personeel vriendelijk en de sfeer goed. Bijna een kwart bestaat uit *socializers*. Bij hen valt vooral op dat zij heel vaak gezelligheid en het ontmoeten van vrienden en bekenden belangrijk vinden. Krap een op de drie te typeren als *minimalist*. Net als de rest hechten ze in meerderheid aan goede kwaliteit cannabis en vriendelijk personeel, maar dat de coffeeshop dicht bij hun huis en/of op de route naar werk, huis of school ligt, vinden zij vaker belangrijk dan veel andere criteria. Ten slotte is rond een derde te classificeren als *autoklant*. Ook al zijn ze niet de enigen die met de auto naar de coffeeshop gaan en zijn ze zelf niet afkerig van het openbaar vervoer en hechten ze vaak aan goede sfeer en gezelligheid in de coffeeshop, voor deze bezoekers tellen bovenal de bereikbaarheid met de auto, parkeergelegenheid en lage parkeertarieven.

In elk van de vier clusters vinden we zowel zitters als halers. Halers zijn veruit het vaakst minimalist, en het minst socializer of autoklant. Zitters zijn het vaakst socializer of autoklant en het minst minimalist.



## 9 Bezoekersstromen

### Reistijd en vervoer naar coffeeshop

De overgrote meerderheid van de geïnterviewde coffeeshopbezoekers woont in of dichtbij Amsterdam (95%). Deze Amsterdamse respondenten kost het gemiddeld **12.1** minuten (mediaan 10.0 minuten) om van hun huis naar de coffeeshop te gaan waar zij werden geïnterviewd.

Respondenten gaan het vaakst lopend naar de coffeeshop. Op de tweede plaats komen ze met de fiets. Daarna volgen de auto (of motor) en het openbaar vervoer en het minst vaak komen ze met de scooter. In Centrum gaan respondenten vaker met het openbaar vervoer naar de coffeeshop, en minder vaak te voet en met de auto of motor.

Degenen die met de fiets of lopend komen, gaan vaker dan de rest alleen of vooral om te halen (resp. 54% en 52% vs. 46%) en minder dan de rest even vaak halen en zitten (resp. 25% en 25% vs. 32%). Er zijn geen noemenswaardige verschillen tussen de dagdelen in de manier waarop de respondenten naar de coffeeshop gaan. Wel is er verschil naar etniciteit; autochtonen en westerse allochtonen komen verhoudingsgewijs vaker op de fiets, terwijl niet-westerse allochtonen vaker met de auto en ook wat vaker met openbaar vervoer komen.

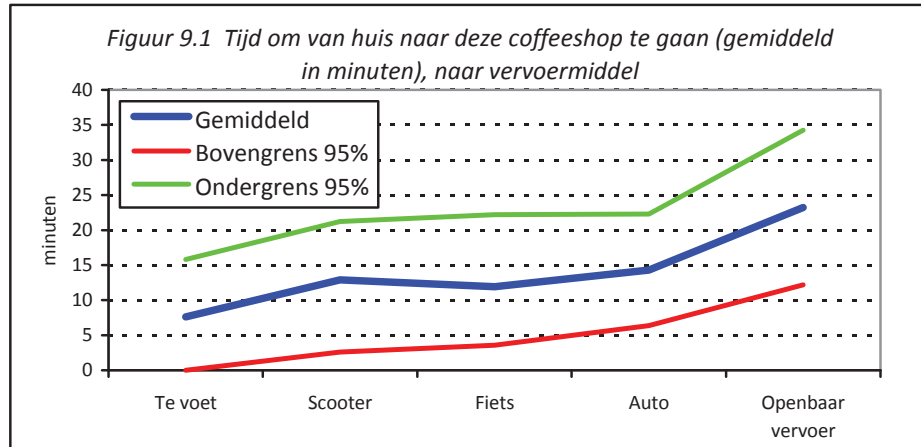
Tabel 9.1 Hoe ga je meestal naar deze coffeeshop? (inwoners Amsterdam)

	Totaal		Centrum		Overig		p
	n	%	n	%	n	%	
Lopend	485	41.9	104	33.4	381	45.0	
Fiets	234	20.2	66	21.2	168	19.8	
Tram/bus/metro	182	15.7	80	25.7	102	12.0	
Scooter/brommer	64	5.5	22	7.1	42	5.0	
Auto/motor	184	15.9	33	10.6	151	17.8	
Trein	9	0.8	6	1.9	3	0.4	
Totaal	1158	100	311		847	100	<.001

### Afstand tot de coffeeshop en vervoer

De overgrote meerderheid van de respondenten woont in of vlakbij Amsterdam (95%). De bezoekers van coffeeshops in Centrum zijn vaker afkomstig van buiten Amsterdam, maar dan wel altijd uit de buurt. De tijd die het voor deze respondenten in beslag neemt om van hun woonadres naar de coffeeshop te gaan waar zij werden geïnterviewd, varieert van minder dan een minuut tot 50 minuten. Respondenten die in Centrum geënquêteerd zijn, en dus vaker afkomstig zijn van buiten Amsterdam, hebben een langere reistijd (14.8 vs 11.1). Degenen die meestal

te voet van thuis naar deze coffeeshop gaan doen er gemiddeld 7.6 minuten over, terwijl degenen die met openbaar vervoer komen er gemiddeld bijna drie keer zo lang over doen.



Tellen we ook de bezoekers mee die verder weg wonen, dan nog bestaat de grootste groep uit bezoekers die meestal te voet naar deze coffeeshop komen. Op flinke afstand volgt de fiets, daarna komen de auto (soms motor) en de tram, bus of metro. Een kleine minderheid komt meestal met de brommer of scooter en nog minder komen met de trein.

*Tabel 9.2 Hoe ga je meestal naar deze coffeeshop? (alle respondenten)*

	Totaal		Centrum		Overig		p
	n	%	n	%	n	%	
Lopend	493	40.7	108	32.9	385	43.6	
Fiets	237	19.6	67	20.4	170	19.2	
Tram/bus/metro	192	15.8	85	25.9	107	12.1	
Scooter/brommer	65	5.4	23	7.0	42	4.8	
Auto/motor	205	16.9	36	11.0	169	19.1	
Trein	20	1.7	9	2.7	11	1.2	
Totaal	1212	100	328	100	884	100	<.001
Onbekend	2						

### **Coffeeshop in de eigen woonbuurt**

Ook al hebben veel respondenten gemiddeld genomen niet veel tijd nodig om naar de coffeeshop te gaan waar zij werden geïnterviewd, toch heeft 13% geen coffeeshop in hun eigen woonbuurt (= de nabije omgeving van hun woning, dus een veel kleiner gebied dan een stadsdeel). Als die er wel is, dan gaan ze daar lang niet allemaal (steeds) naar toe. Van de respondenten buiten Centrum bezoekt 50% vaak of zelfs altijd een of meer coffeeshops in hun eigen woonbuurt, tegenover 35% van de respondenten in Centrum. Het maakt voor het niet hebben van een coffeeshop in de eigen woonbuurt niet uit waar respondenten geënquêteerd zijn.

Tabel 9.3 Hoe vaak bezoek je (een) coffeeshop(s) in jouw eigen woonbuurt?

	Totaal		Centrum		Overig		p
	n	%	n	%	n	%	
Zijn er niet	156	12.9	40	12.2	116	13.2	
Nooit	171	14.1	59	18.0	112	12.7	
Soms	255	21.1	92	28.0	163	18.5	
Ongeveer de helft van de keren	77	6.4	22	6.7	55	6.2	
Vaak	256	21.2	63	19.2	193	21.9	
Altijd	295	24.4	52	15.9	243	27.6	
Totaal	1210	100	328	100	882	100	<.001
onbekend	4						

Van alle respondenten bezoekt bijna de helft vaak of altijd een of meer coffeeshops in hun eigen woonbuurt. Aan degenen die dit minder vaak of nooit doen is gevraagd of zij wel of niet (vaker) naar een coffeeshop in hun eigen woonbuurt zouden gaan als er daar wél eentje was, of als er meer zouden zijn. Ruim een kwart zou dit wel of zeker wel doen, maar een groter deel zou dit niet of zeker niet doen. Deze laatste groep is vaker in West geënquêteerd (30% vs 22%), vaker van niet-westerse etniciteit (59% vs 44%), en dan met name Marokkaanse en Turkse etniciteit (resp. 29% vs 1%; 7% vs 3%)<sup>15</sup>. Ook zijn ze gemiddeld twee jaar ouder (33 vs 31 jaar) en bezoeken ze wat minder vaak coffeeshops.

Tabel 9.4 Toekomstig bezoek coffeeshop in de eigen buurt als die er wel was, of al er meer zouden zijn

	n	%
1 Zeker niet	223	33.9
2	73	11.1
3	174	26.5
4	63	9.6
5 Zeker wel	124	18.9
Totaal	657	100
Onbekend/N.v.t.	557	

### Bezoekersstromen naar coffeeshops

Om meer inzicht te krijgen is de bezoekersstromen naar de coffeeshops hebben we de bezoekers ook gevraagd naar de vier cijfers van hun postcode. Niet allemaal waren zij bereid deze te geven, maar de overgrote meerderheid wel (93%). Met deze postcode konden zij ingedeeld worden naar 'woonbuurt', dat wil zeggen naar de verschillende Amsterdamse stadsdelen, buurgemeenten of woonplaatsen verder weg.

<sup>15</sup> Dit komt overeen met bevindingen in eerder onderzoek onder bezoekers van enkele coffeeshops in Oost en West. Daarin wordt ook ingegaan op de redenen om niet naar coffeeshops in de eigen buurt te gaan (Korf & Liebrechts, 2010).

Van de Amsterdamse respondenten wonen de grootste aantallen in West en Zuid, daarna volgen Centrum, Nieuw-West en Oost, terwijl de kleinste aantallen in Noord en Zuidoost wonen. (Slechts één respondent woont in Westpoort, waar veel bedrijven gevestigd zijn, maar weinig mensen wonen). Deze indeling naar woonbuurt is vervolgens gecombineerd met het stadsdeel waarin de coffeeshop ligt waar de respondenten werden geïnterviewd (en die vaak ook de coffeeshop is waar zij het meest komen).

Met het stadsdeel van de woonbuurt van de respondenten als uitgangspunt, ontstaat het volgende beeld.

- Ongeveer driekwart van de respondenten uit Zuid (80%) en West (74%) gaat naar een coffeeshop in hun eigen stadsdeel.
- Voor respondenten die wonen in Centrum is dit ongeveer tweederde (65%).
- Voor die uit Noord ligt dit aandeel rond de helft (49%).
- En voor de respondenten uit Oost op circa een derde (36%).

Verder komen we respondenten uit Nieuw-West – in de paar coffeeshops in dit stadsdeel werden geen bezoekers geïnterviewd - vooral tegen in coffeeshops in West en in mindere mate in Centrum en Zuid. Respondenten die wonen in Zuidoost treffen we voornamelijk aan in coffeeshops in Zuid, Centrum en Oost. Ten slotte zijn de respondenten uit buurgemeenten het vaakst geïnterviewd in coffeeshops in Centrum en Zuid, en die uit andere gemeenten het vaakst in Centrum, Zuid en West.

Tabel 9.5 Woonbuurt en buurt van coffeeshop, ingedeeld naar stadsdeel (n=1214)

CS →	Centrum	Noord	Oost	Zuid	West	TOTAAL
<b>Woonbuurt</b>						
Centrum	87	1	12	16	18	134
Noord	23	40	3	7	8	81
Oost	34	0	38	30	5	107
Zuid	27	1	4	179	14	225
West	32	1	9	22	181	245
Nieuw-West	28	0	4	27	65	124
Westpoort	1	0	0	0	0	1
Zuidoost	22	1	21	28	4	76
Buurgemeente	21	2	5	14	2	44
Elders	30	3	9	30	22	94
Geen antwoord	23	2	9	24	25	83
<b>TOTAAL</b>	<b>328</b>	<b>51</b>	<b>114</b>	<b>377</b>	<b>344</b>	<b>1214</b>



Wanneer we de bezoekersstromen bezien vanuit het omgekeerde perspectief, dan levert dat een overwegend ander beeld op. Coffeeshops in Noord hebben verhoudingsgewijs het grootste aandeel bezoekers uit het eigen stadsdeel. In mindere mate geldt dit voor coffeeshops in West en Zuid, in nog minder mate voor coffeeshops in Oost, terwijl coffeeshops in Centrum het kleinste aandeel bezoekers hebben uit het eigen stadsdeel.

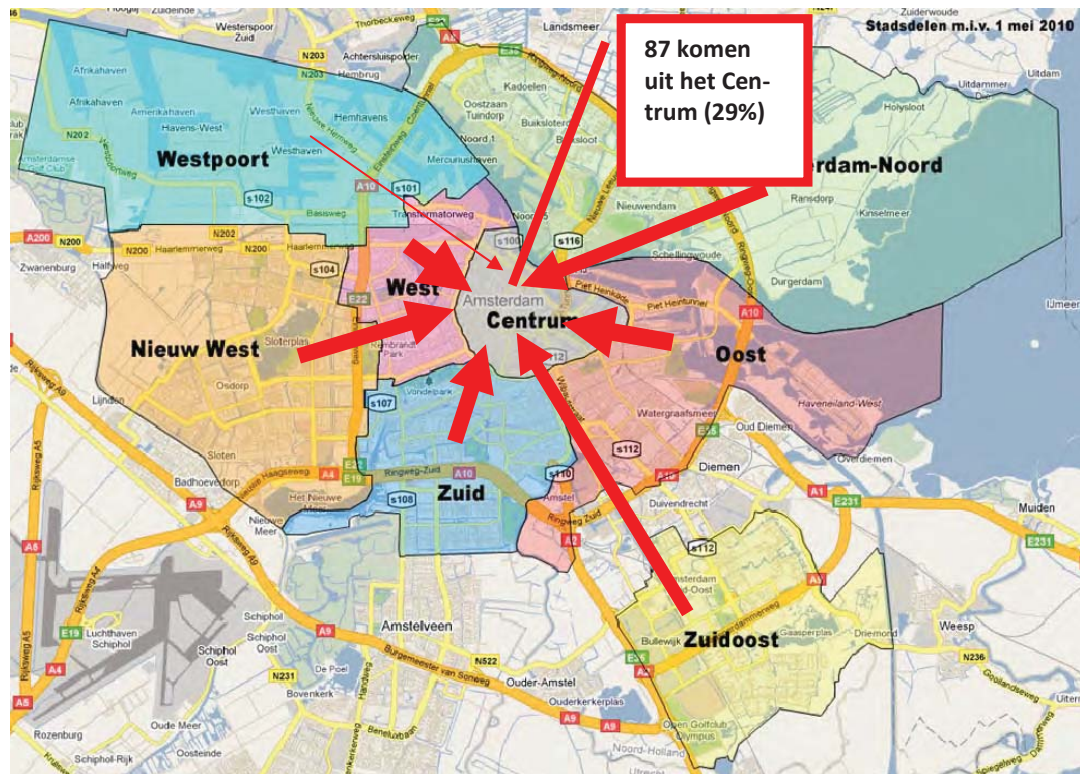
- Van de 328 in Centrum geïnterviewde bezoekers is van 303 de woonbuurt bekend. Hiervan woont ruim een kwart (28%) in dit stadsdeel. De meeste andere bezoekers komen uit de andere stadsdelen en de rest woont in buurgemeenten (7%) of verder weg (10%).
- Van de 51 in Noord geïnterviewde bezoekers is van 49 de woonbuurt bekend. Hiervan woont een forse meerderheid (82%) in dit stadsdeel. De rest woont ongeveer even vaak in andere stadsdelen als buiten Amsterdam.
- Van de 114 in Oost geïnterviewde bezoekers is van 105 de woonbuurt bekend. Hiervan woont ruim een derde (36%) in dit stadsdeel. De anderen wonen hoofdzakelijk elders in Amsterdam, het vaakst in Zuidoost (20%), terwijl 13% buiten Amsterdam woonachtig is.
- Van de 377 in Zuid geïnterviewde bezoekers is van 353 de woonbuurt bekend. Hiervan woont circa de helft (51%) in dit stadsdeel. Van de andere helft woont het grootste deel over de hele stad verspreid en de rest in buurgemeenten (4%) of verder weg (8%).
- Van de 344 in West geïnterviewde bezoekers is van 319 de woonbuurt bekend. Hiervan woont ruim de helft (58%) in dit stadsdeel. De andere bezoekers wonen het vaakst in Nieuw-West (20%).

### **Conclusie**

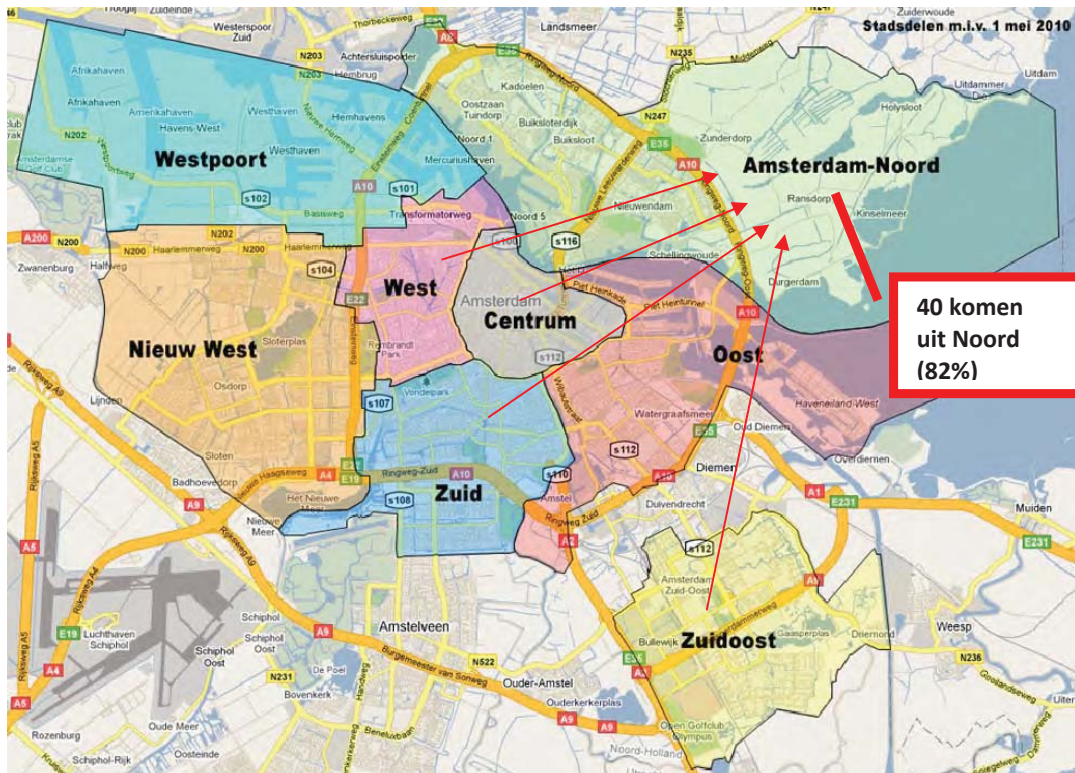
De bezoekers gaan het vaakst lopend of op de fiets naar de coffeeshop. Daarna volgen de auto (of motor) en het openbaar vervoer en het minst vaak komen ze met de scooter. Ongeveer een kwart heeft geen coffeeshop in de eigen woonbuurt of komt er nooit.

De bezoekers gaan vaak naar een coffeeshop in hun eigen stadsdeel, vooral degenen die wonen in Centrum, Zuid of West. Maar in elk stadsdeel krijgen coffeeshops ook bezoekers uit andere stadsdelen. Het sterkst geldt dit voor Centrum, het minst voor Noord. Hoewel geen bezoekers van de paar coffeeshops in Nieuw-West zijn geïnterviewd, woont ruim een op de tien respondenten in dit stadsdeel. Zij gaan vooral naar coffeeshops in West, Centrum of Zuid. Bezoekers uit Zuidoost treffen we vooral aan in coffeeshops in Zuid, Oost en Centrum.

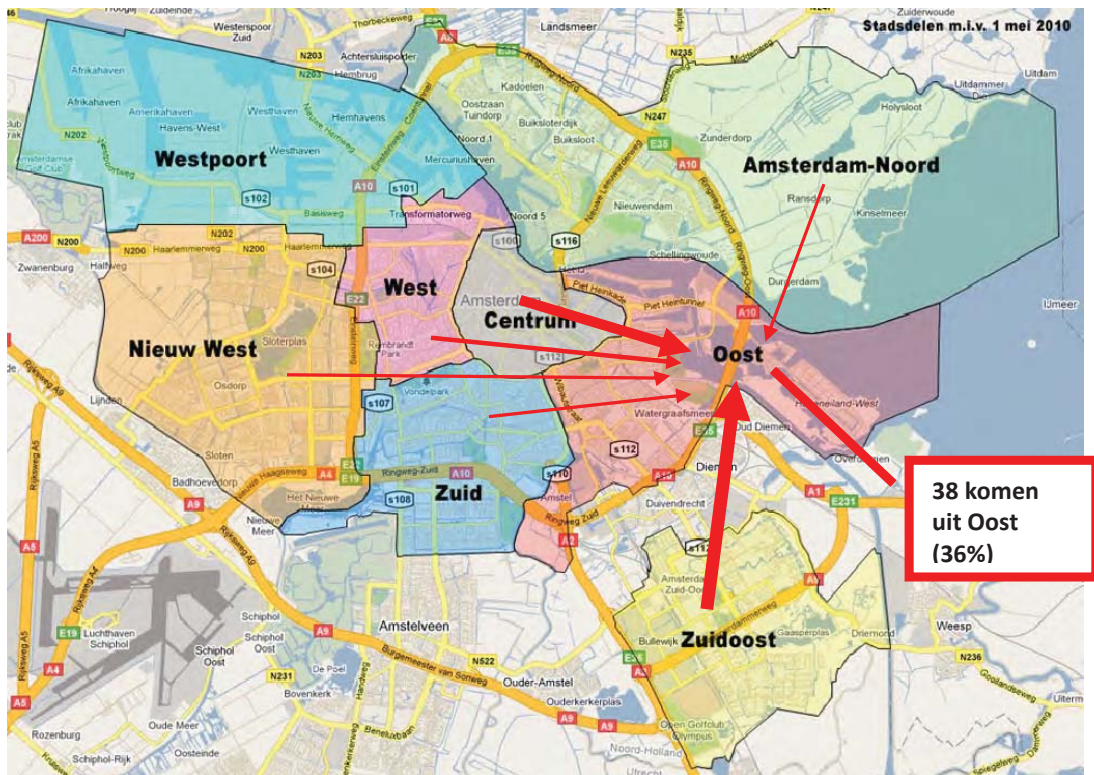
Figuur 9.2 Vanuit woonbuurt naar coffeeshop Centrum (woonbuurt bekend: n=303)



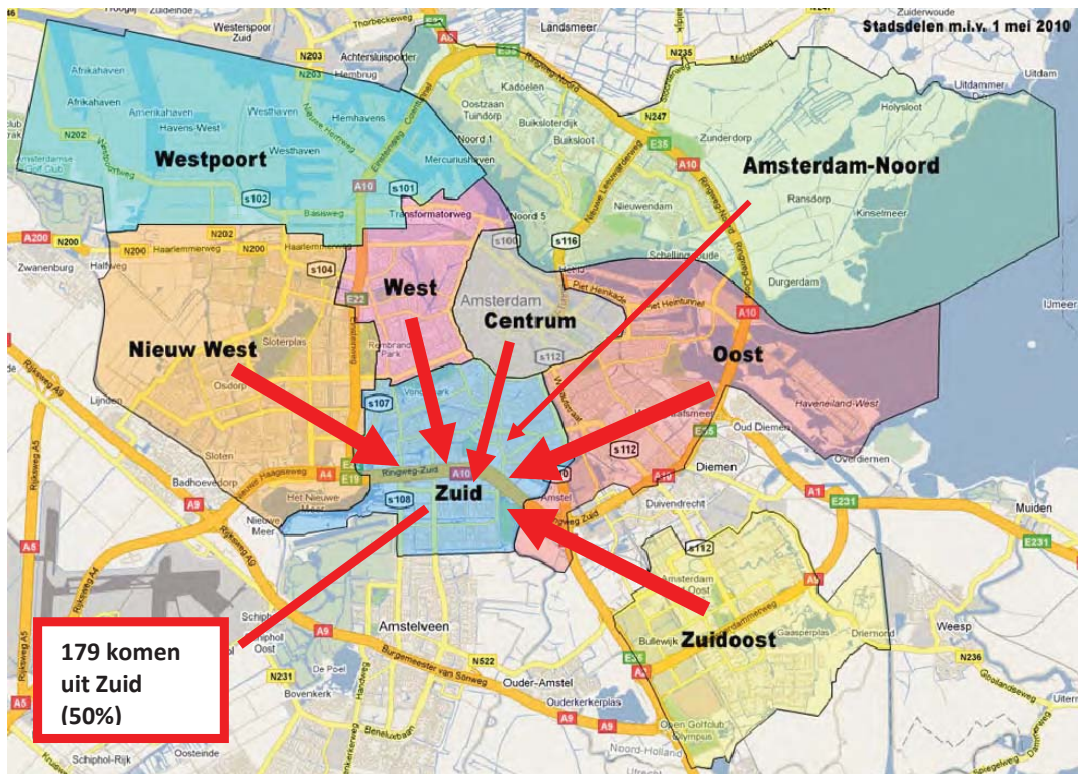
Figuur 9.3 Vanuit woonbuurt naar coffeeshop Noord (woonbuurt bekend: n=49)



Figuur 9.4 Vanuit woonbuurt naar coffeeshop Oost (woonbuurt bekend: n=105)



Figuur 9.5 Vanuit woonbuurt naar coffeeshop Zuid (woonbuurt bekend: n=353)





De Nederlandse regering lijkt voornemens te zijn een pasjessysteem voor coffeeshops in te voeren: de zogeheten wietpas. Zowel de coffeeshopexploitanten als de –klanten is gevraagd naar hun mening over de wietpas.

### **Exploitanten**

Bijna negen van de tien geïnterviewde exploitanten zien uitsluitend nadelen aan de wietpas. Ook de anderen zien vooral nadelen, maar noemen daarnaast voordelen, zoals de garantie op klandizie: “De vaste klanten die zich bij jou hebben geregistreerd, mogen hun hasj of wiet alleen bij jou kopen dus je bindt je klanten aan je.” Een andere exploitant zegt dat je met zo’n pasjessysteem zeker bent dat je geen minderjarigen in je shop hebt, maar voegt hier meteen het risico op vervalsing en fraude met zulke pasjes aan toe: “Jantje van 15 gebruikt even het pasje van broer Klaas van 18.” Enkele exploitanten denken dat het misschien wel handig is om ‘tuig’ buiten de deur te houden: “Je weet wie je in je shop hebt zitten en mocht iemand dat verpesten door bijvoorbeeld te vechten, kan je deze persoon opsporen.”

Vrijwel alle geïnterviewden weten een rits nadelen te noemen. Grofweg vallen alle genoemde nadelen onder één van de volgende categorieën: (1) Registratie/privacyprobleem; (2) Uitsluiting toeristen en dagjesmensen; (3) Terugkeer straathandel.

#### *Registratie/privacyprobleem*

Dat klanten moeite gaan hebben met de registratie, staat volgens veel geïnterviewden als een paal boven water: “Mensen willen al überhaupt niet geregistreerd staan, laat staan als blower.” Een exploitant met nogal wat advocaten en artsen in zijn klantenkring, vertelt dat het deze mensen geen goed zal doen om geregistreerd te staan als blower. “Niemand hoeft te weten hoe vaak en hoe veel zij blowen. Waarom?” De vraag die veel exploitanten zich stellen, is wat er gaat gebeuren met de gegevens die worden opgeslagen: “Nederland wordt steeds meer een politiestaat, ze houden je van alle kanten in de gaten. De OV chip is ook door ieders strot gedouwd, als ze het willen kunnen ze dat met de wietpas ook.” Gekoppeld aan deze categorie nadelen is de beperking van de keuzevrijheid van de klant als je maar in één shop geregistreerd mag zijn.

#### *Uitsluiting toeristen en overige mensen*

Met de invoering van de wietpas worden toeristen volgens de exploitanten “uitgesloten van deelname” en dat schiet hen in het verkeerde keelgat: “Het is gewoon discriminatie!” en “Toeristen kunnen nu veilig en kwalitatief goede cannabis kopen, waarom zou je dit in hemelsnaam willen veranderen?”. Toeristen zijn tevens een belangrijke pijler voor de Amsterdamse economie, dus de gemeentelijke kas zal volgens coffeeshophouders flinke schade oplopen. Naast toe-

risten kunnen dagjesmensen of bezoekende familieleden uit een andere plaats geen wiet of hasj in Amsterdam halen. Gelegenheidsblowers worden daarnaast gestigmatiseerd. Ook al blow je één keer per half jaar, zelfs dan moet je je laten registreren (als blower).

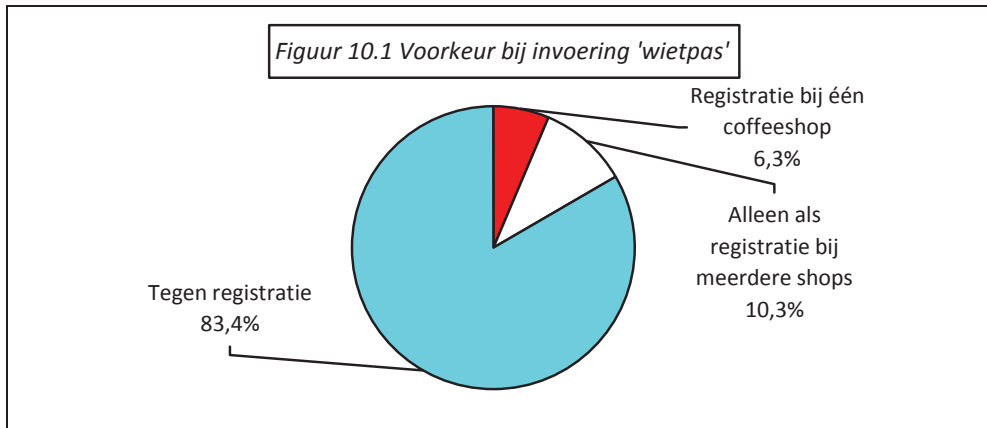
#### *Terugkeer straathandel*

Als gevolg van het weren van toeristen uit de coffeeshops, zal volgens geïnterviewden (weer) een levendige straathandel in cannabis ontstaan. Daarbij is de kwaliteit niet gewaarborgd en verdwijnt de scheiding tussen soft- en harddrugs: “Je denkt toch niet dat Pietje hier op de hoek alleen maar cannabis gaat verkopen? Nee, die pakt meteen alles mee!” Ook Nederlandse klanten die tegen registratie zijn, zullen hun heil ergens anders zoeken en het kan volgens de exploitanten heel goed zijn dat dit op straat is. Deze illegaliteit zal voor overlast zorgen. Daarnaast zal met de invoering van de wietpas volgens sommigen de verkoop van onder de toonbank worden gestimuleerd: “Je klanten komen toch wel hun jointje bij jou halen, of je nu een coffeeshop, café of cafetaria bent.” Tot slot wijzen coffeeshophouders op de handel in pasjes die zal ontstaan. Voor minderjarigen en toeristen zal dit laatste een goed alternatief zijn om toch aan hun hasj of wiet te komen.

Naast de nadelen die gerekend kunnen worden tot de genoemde drie categorieën, vinden sommige exploitanten het belangrijk te wijzen op de hoge kosten die voor de coffeeshops gemoeid zullen gaan met het invoeren van zo’n systeem om de pasjes te maken, het materiaal en de personeelsuren om iedereen te registreren et cetera. Tenslotte zeggen twee geïnterviewden niet te snappen waarom zowel het pasjessysteem als het afstandscriterium met betrekking tot de scholen moet worden ingevoerd, want: “Waarom zou je een coffeeshop sluiten die in de buurt van een school zit als deze shop gedwongen wordt een pasjessysteem te voeren? Met het pasjessysteem garandeer je toch dat er geen minderjarige scholieren in je shop komen? Het is het één of het ander, niet allebei.”

#### **Klanten**

In de interviews met coffeeshopbezoekers stelden we twee vragen over de wietpas. Eerst vroegen we: “Stel dat de wietpas verplicht wordt. Je wordt dan geregistreerd bij een coffeeshop en mag alleen nog in die coffeeshop. Wat vind jij hiervan?” Daarbij konden de respondenten kiezen uit drie antwoorden. Een kleine minderheid antwoordde zich dan te laten registreren en de wietpas te nemen van de coffeeshop die zij zelf kiezen. Iets meer respondenten zeiden eveneens zich dan te laten registreren als zij met de wietpas naar meerdere coffeeshops naar eigen keuze kunnen. Maar een grote meerderheid antwoordde tegen registratie te zijn.



Vervolgens vroegen we: “Stel dat je met de wietpas toch echt alleen maar naar één coffeeshop mag. Wat zou jij dan doen?” Hierbij konden de respondenten uit acht antwoorden het best bij hen passende kiezen. Het aandeel respondenten dat nu eieren voor hun geld kiest, verdubbelt nu bijna naar krap één op de drie; meestal kiezen ze dan voor registratie bij de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd. Ruim de helft zegt de wietpas te weigeren en dan op een andere manier aan cannabis te zullen komen. In essentie zijn bij deze bezoekers drie reacties te onderscheiden.

- *Afschuiven.* Een klein deel van de respondenten zegt iemand anders voor hen naar de coffeeshop te laten gaan.
- *Meer zelftelers.* Bijna een kwart van de respondenten zegt zelf wiet te gaan kweken of te zullen kopen van een teler.
- *Verplaatsing.* Ongeveer een kwart zegt op een andere plek hasj of wiet te gaan kopen, dan wel hun wiet of hasj te laten bezorgen.

Tabel 10.1 “Stel dat je met de wietpas toch echt alleen maar naar één coffeeshop mag. Wat zou jij dan doen?”

	n	%
Registratie in deze coffeeshop	293	24.6
Registratie bij een andere coffeeshop	84	7.0
Weiger, vraag anderen te gaan	94	7.9
Weiger, zelf kweken	161	13.5
Weiger, kopen van teler	118	9.9
Weiger, koop elders	250	21.0
Weiger, laat bezorgen	62	5.2
Weiger en stop blowen	131	11.0
Totaal	1193	100
Onbekend	21	

### *Stoppers*

Opvallend is dat 11% zegt te zullen stoppen met blowen als de wietpas wordt ingevoerd en je daarmee slechts naar één coffeeshop mag. In vergelijking met de overige respondenten zijn de stoppers – althans degenen die zeggen dat zij zullen stoppen - vaker mannen (93% vs 86%), vaker Marokkaans of Surinaams (resp. 31% vs 17%; 20% vs 11%) en (dus) veel vaker van niet-westerse komaf (74% vs 43%). Ook komen ze minder vaak met de fiets en vaker met het openbaar vervoer naar de coffeeshop, en hebben ze een langere reistijd (14.1 vs 11.9 minuten). Ze blowen iets minder frequent dan de niet-stoppers. De stoppers behoren vaker tot de clusters van de gemakszuchtigen, en die van de minimalisten. Er is geen verschil naar stadsdeel, woonplaats en frequentie waarmee zij coffeeshops bezoeken.

### *Zelfkwekers*

Respondenten die aangeven dat zij zelf zullen gaan kweken wanneer je je bij één coffeeshop moet laten registreren, hebben vaker een westerse etniciteit (62.0% vs 52.9%). Ook blowen ze vaker en meer joints per keer en bezoeken ze vaker een coffeeshop ( $p < .05$ ).

### **Conclusie**

Amsterdamse coffeeshopexploitanten zien nauwelijks voordelen aan invoering van de wietpas. Zij voorzien vooral problemen met de privacy van klanten (die zich naar hun verwachting vaak niet zullen willen registreren); vinden het niet terecht dat toeristen en dagjesmensen niet meer naar de coffeeshop kunnen, met als effect bovendien een forse aderlating voor de Amsterdamse economie; en verwachten een terugkeer van de straathandel in softdrugs, waardoor (weer) vermenging met de straathandel in harddrugs zal ontstaan.

De verwachting van exploitanten dat veel klanten zich zullen verzetten tegen de wietpas, wordt bevestigd in de enquête onder coffeeshopbezoekers. Spontaan is 83% van de bezoekers tegen registratie om de wietpas te kunnen krijgen. Wordt hen voorgehouden dat het echt zou moeten, dan breekt het verzet wat af en zegt 32% zich te zullen laten registreren. Een klein deel van de weigeraars zegt dan anderen voor hen naar de coffeeshop te laten gaan (8%), bijna een kwart (23%) wil dan zelf wiet te gaan kweken of van een wiettelers gaan kopen; en ruim een kwart (26%) kiest ervoor om op andere manieren hun cannabis te kopen (thuisbezorgers, andere dealers). Opvallend genoeg zegt 11% bij de invoering van de wietpas te zullen stoppen. Dit laatste hoorden we niet van de coffeeshopexploitanten en het is ook de vraag in hoeverre degenen die zeggen te zullen stoppen, dit ook echt zullen doen. Intentie is immers geen garantie voor daadwerkelijke gedragsverandering. Deze onzekerheid geldt overigens ook voor de - zowel door exploitanten als bezoekers geuite - verwachting van verplaatsing van de cannabisverkoop naar de straat en andere plekken. Verplaatsing naar buiten de coffeeshop is zeker aannemelijk, maar de mate waarin en de wijze waarop deze gestalte zou krijgen, zijn ongewis.



## 11 Samenvatting & Conclusies

Vanuit vier invalshoeken is het reilen en zeilen van Amsterdamse coffeeshops – met uitzondering van de 26 in het 1012-gebied die moeten sluiten – in kaart gebracht. Eerst is gekeken naar de directe omgeving van de coffeeshops en hoe zij er van buiten uitzien. Vervolgens zijn exploitanten van 66 coffeeshops geïnterviewd. Daarna zijn in 59 van deze coffeeshops observaties gedaan en klanten geteld. Tegelijkertijd zijn in deze coffeeshops 1214 klanten geïnterviewd.

### **Omgeving en buitenkant van coffeeshops**

De meerderheid van de coffeeshops ligt nabij een of meer andere coffeeshops. Vaak liggen ze in een straat met druk verkeer, maar er zijn ook coffeeshops met weinig of geen verkeer in de straat. Over het algemeen zijn de coffeeshops goed bereikbaar met het openbaar vervoer, vaak is er parkeergelegenheid op korte loopafstand, maar dichtbij de coffeeshop is meestal moeilijk een vrije parkeerplek te vinden. Vanaf de coffeeshops zijn zelden scholen zichtbaar.

De buitenkant van de coffeeshops is heel gevarieerd, van smalle pandjes tot locaties met twee of drie etages. De meeste coffeeshops zijn van buitenaf als zodanig herkenbaar, maar er zijn ook coffeeshops waarvoor dit helemaal niet geldt. Bij een kleine meerderheid is van buitenaf goed te zien wat zich binnen afspeelt; andere coffeeshops hebben weinig of helemaal geen inzicht. Ook als zodanig herkenbare coffeeshops vallen vaak toch niet echt op binnen het totale straatbeeld. Een klein deel is juist zeer prominent aanwezig in de omgeving, bijvoorbeeld omdat het de enige zaak is. Portiers voor of bij de deur zijn uitzonderlijk.

Op basis van hun directe omgeving en buitenkant zijn twee typen Amsterdamse coffeeshops te onderscheiden. Een ruime meerderheid is te typeren als *ingebiede* coffeeshops; zij liggen in drukke buurten met veel andere ondernemingen, inclusief andere coffeeshops. Vaak liggen dergelijke coffeeshops in Centrum, maar ook in Zuid en wat minder in West. Daarnaast zijn er *losstaande* coffeeshops. Zij hebben geen of hoogstens één andere coffeeshop in de directe omgeving en er is minder andere bedrijvigheid. Dit type zien we het vaakst in West, betreft vrijwel alle coffeeshops in Oost en alle coffeeshops in Noord.

### **Exploitanten en bedrijfsvoering**

De meeste geïnterviewde coffeeshopexploitanten hebben een eenmanszaak, de rest heeft een B.V. of V.O.F. Doordat verhoudingsgewijs meer exploitanten buiten Centrum zijn geïnterviewd, zijn exploitanten van eenmanszaken oververtegenwoordigd in de interviews. Stadsbreed is iets meer dan de helft van de coffeeshops een eenmanszaak. Personeel is vaak in vaste dienst en aparte cannabisverkopers zijn eerder uitzondering dan regel.

Vrijwel alle exploitanten zijn tevreden met hun huidige locatie. Vaak vinden zij het Centrum de meest aantrekkelijke buurt voor een coffeeshop, maar er zijn er ook die hierbij kiezen voor Oost, West of Nieuw-West. Een enkeling noemt Zuidoost. Dat is ook het stadsdeel waarvan verreweg

de meeste exploitanten vinden dat er wel een coffeeshop zou moeten zitten. Tegelijkertijd is Zuidoost het stadsdeel waar nogal wat coffeeshopexploitanten geenszins naartoe zouden willen indien hun zaak zou moeten verhuizen.

### **Coffeeshops van binnen**

In 59 coffeeshops zijn op de (gemiddeld) drukste dagen en tijdstippen (namiddag en vooravond van donderdag tot en met zaterdag) observaties gedaan. Qua hoeveelheid personeel en aantal zitplaatsen lijken de coffeeshops over het geheel genomen sterk op kleine cafés, met weinig personeel en gemiddeld 27 zitplaatsen. Vier op de vijf coffeeshops hebben een rookruimte. De meeste bezochte coffeeshops hebben geen aparte balie om cannabis te kopen, andere hebben wel een aparte (al dan niet beveiligde) haalbalie. Slechts bij uitzondering is er een afhaalbalie met een aparte ingang naast de coffeeshop, maar hierbij moet aangetekend worden dat coffeeshops met uitsluitend een afhaalfunctie enigszins ondervertegenwoordigd zijn in dit deel van ons onderzoek.

### **Overlast**

Fietsen of scooters voor de deur, klanten op het terras of die op straat rondhangen en dubbel geparkeerde auto's kunnen aanleiding geven tot klachten over overlast. Uit observaties bij 195 coffeeshops blijkt dat dergelijke zaken weinig voorkomen, danwel meestal niet specifiek zijn voor de coffeeshop, bijvoorbeeld omdat overal in de straat fietsen of scooters op de stoep staan. Groepjes klanten die voor de deur rondhangen hebben we zelden aangetroffen, maar dit zou vaker voor kunnen komen bij warm weer. Gezien het aantal klanten per uur is echter aannemelijk dat het dan om kleine groepjes zal gaan. Exploitanten krijgen naar eigen zeggen weinig klachten over overlast en doen er veel aan om een goed contact met de buurt te onderhouden. Met bordjes waarschuwen zij klanten tegen foutparkeren en klanten worden gemaand om zich voor de deur gedeisd te houden.

### **Aantallen bezoekers en profiel**

Interviews met exploitanten/bedrijfsvoerders en observaties in coffeeshops leveren het volgende beeld op. Gemiddeld zijn de coffeeshops ongeveer 14 uur per dag en rond de 100 uur per week geopend. Het drukst is het meestal in de namiddag en vooravond. Aan het eind van de donderdagmiddag begint de piekperiode en die duurt tot zaterdagavond. Gemiddeld schatten de exploitanten het aantal bezoekers op 867 per week, maar dit verschilt sterk tussen de coffeeshops. Omgerekend komt dit neer op (afgerond) gemiddeld 9 bezoekers per uur. Tellingen tussen 15:00 en 21:00 uur op donderdag, vrijdag en zaterdag leveren gemiddeld 18 bezoekers per uur op. Tijdens de rest van de week zijn er dus gemiddeld 6–7 bezoekers per uur.

Afgaand op de tellingen zijn de bezoekers gemiddeld 32.6 jaar. Bijna een op de zes is vrouw. Er zijn twee keer zoveel halers als zitters. Tussen een op de vijf en een kwart is toerist, maar stadsbreed is hun aandeel waarschijnlijk groter, want typische 'toeristenshops' zijn ondervertegenwoordigd in het onderzoek.

## De bezoekers

De geïnterviewde bezoekers vormen een redelijke doorsnee van de bezoekers die op piekdagen en piekuren in coffeeshops worden aangetroffen, met uitzondering van toeristen, want die zijn niet meegenomen in dit onderzoek. Frequente bezoekers zijn, zoals gebruikelijk bij dergelijke onderzoeken, oververtegenwoordigd; 93% blowt minstens een keer per week en bijna net zoveel komen minstens een keer per week in een coffeeshop (91%).

De gemiddelde leeftijd is 32.4 jaar (range 18–71 jaar) en 14% is van het vrouwelijk geslacht. Iets meer dan de helft heeft een westerse etniciteit (40% is autochtoon); in coffeeshops in Centrum is dat bijna tweederde en in de rest van de stad ongeveer de helft. Twee op de drie geïnterviewde bezoekers blowen dagelijks of bijna dagelijks. Bezoekers hebben vaker een voorkeur voor wiet boven hasj, behalve Marokkaanse bezoekers.

Verreweg de meeste respondenten wonen in Amsterdam en anders dicht in de buurt van de stad. Bijna al hun recente bezoeken aan coffeeshops waren in Amsterdam. Een deel is honkvast (en vaak gaan deze respondenten naar de coffeeshops waar zij werden geïnterviewd), anderen bezoeken allerlei verschillende Amsterdamse coffeeshops. Buiten Centrum zijn bezoekers wat sterker gehecht aan een bepaalde coffeeshop.

Voor veel bezoekers maakt het niet echt uit hoe groot een coffeeshop is, maar als zij wel een voorkeur hebben, dan scoren grote coffeeshops duidelijk het laagst en kleine coffeeshops het hoogst. Het sterkst geldt dit laatste voor bezoekers van coffeeshops in Centrum.

## Motieven voor coffeeshopbezoek

Veruit het belangrijkste criterium voor coffeeshopbezoek in het algemeen is de kwaliteit van de cannabis, hoewel toch een kwart van de bezoekers dit niet in hun top drie noemen. Op de tweede en derde plaats staan: vriendelijk personeel en dichtbij huis.

Bij de keuze voor het bezoek aan de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd scoren vooral specifieke pullfactoren hoog. Dat zijn factoren die te maken hebben met de coffeeshop zelf en het betreft ook hier vooral de goede kwaliteit van de cannabis en vriendelijk personeel, maar daarnaast vaak ook gezelligheid en de aanwezigheid van een rookruimte.

Algemene pullfactoren – die geen betrekking hebben op de coffeeshop zelf – scoren over het geheel genomen lager. De bezoekers hechten hierbij vooral aan goede bereikbaarheid (dicht bij huis, met openbaar vervoer of de auto).

Op basis van de scores die de respondenten gaven aan 18 criteria voor hun bezoek aan de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd, zijn vier typen bezoekers te onderscheiden. Een op de vijf respondenten behoort tot de *gemakzuchtigen*. Het maakt hun allemaal niet echt veel uit, zo lang de kwaliteit van de cannabis maar goed is, het personeel vriendelijk en de sfeer goed. Bijna een kwart bestaat uit *socializers*. Bij hen valt vooral op dat zij heel vaak gezelligheid en het ontmoeten van vrienden en bekenden belangrijk vinden. Krap een op de drie valt te typeren als *minimalist*. Net als de rest hechten ze in meerderheid aan goede kwaliteit cannabis en vriendelijk personeel, maar ze zijn vaak neutraal over andere criteria, met uitzondering van de ligging van de coffeeshop (nabij huis en/of op route naar werk, huis of school). Ten slotte is rond een derde

te classificeren als *autoklant*. Ook al zijn ze niet de enigen die met de auto naar de coffeeshop gaan, zijn ze zelf niet afkerig van het openbaar vervoer en hechten ze vaak aan goede sfeer en gezelligheid in de coffeeshop, voor deze bezoekers tellen bovenal de bereikbaarheid met de auto, parkeergelegenheid en lage parkeertarieven.

### **Zitters en halers**

Meer respondenten gaan alleen of vooral naar de coffeeshop om er cannabis te halen dan alleen of vooral om er te zitten. Hierbij is er geen verschil tussen bezoekers in Centrum en de rest van de stad. De animo voor coffeeshops met uitsluitend een afhaalbalie en zonder zitgelegenheid is sterk verdeeld. Niet verrassend is dat halers vaker geïnteresseerd zijn in zo'n coffeeshop dan zitters. Maar er zijn ook halers die niet naar een coffeeshop met alleen een afhaalbalie zouden willen – en andersom zijn er zitters die er wel naartoe zouden gaan.

In elk van de vier clusters vinden we zowel zitters als halers. Halers zijn veruit het vaakst minimalist, en het minst socializer of autoklant. Zitters zijn het vaakst socializer of autoklant en het minst minimalist.

### **Bezoekersstromen**

De bezoekers gaan het vaakst lopend of op de fiets naar de coffeeshop. Daarna volgen de auto en het openbaar vervoer en het minst vaak komen ze met de scooter. Ongeveer een kwart heeft geen coffeeshop in de eigen woonbuurt of komt er nooit. De bezoekers gaan vaak naar een coffeeshop in hun eigen stadsdeel, vooral degenen die wonen in Centrum, Zuid of West. Maar in elk stadsdeel krijgen coffeeshops ook bezoekers uit andere stadsdelen. Het sterkst geldt dit voor Centrum, het minst voor Noord. Hoewel geen bezoekers van de paar coffeeshops in Nieuw-West zijn geïnterviewd, woont ruim een op de tien respondenten in dit stadsdeel. Zij gaan vooral naar coffeeshops in West, Centrum of Zuid. Bezoekers uit Zuidoost treffen we vooral aan in coffeeshops in Zuid, Oost en Centrum.

### **De wietpas**

Amsterdamse coffeeshopexploitanten zien nauwelijks voordelen aan invoering van de wietpas. Zij voorzien vooral problemen met de privacy van klanten (die zich naar hun verwachting vaak niet zullen willen registreren); vinden het niet terecht dat toeristen en dagjesmensen niet meer naar de coffeeshop kunnen, met als effect bovendien een forse aderlating voor de Amsterdamse economie; en verwachten een terugkeer van de straathandel in softdrugs, waardoor (weer) vermenging met de straathandel in harddrugs zal ontstaan.

De verwachting van exploitanten dat veel klanten zich zullen verzetten tegen de wietpas, wordt bevestigd in de enquête onder coffeeshopbezoekers. Spontaan is 83% van de bezoekers tegen registratie om de wietpas te kunnen krijgen. Wordt hen voorgehouden dat het echt zou moeten, dan breekt het verzet wat af en zegt 32% zich te zullen laten registreren. Een klein deel van de weigeraars zegt dan anderen voor hen naar de coffeeshop te laten gaan, bijna een kwart wil dan zelf wiet te gaan kweken of van een wietteler gaan kopen; en ruim een kwart kiest ervoor om op

andere manieren hun cannabis te kopen (thuisbezorgers, andere dealers). Opvallend genoeg zegt een op de tien bij de invoering van de wietpas te zullen stoppen. Onzeker is in hoeverre zij dit ook echt zullen doen, want intentie is geen garantie voor daadwerkelijke gedragsverandering. Deze onzekerheid geldt overigens ook voor de - zowel door exploitanten als bezoekers geuite - verwachting van verplaatsing van de cannabisverkoop naar de straat en andere plekken. Verplaatsing naar buiten de coffeeshop is zeker aannemelijk, maar de mate waarin en de wijze waarop deze gestalte zou krijgen, zijn ongewis.



## Literatuur

Benschop, A., Buijs, L., Engelfriet, L., Floor, G., Mourik, D. van, Nijs, S. de, Visser, B. & Korf, D.J. (2009). *Coffeeshops in het hart van de stad. Bewoners en toeristen over postcodegebied 1012 in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Bieleman, B. & R. Nijkamp (2010). *Coffeeshops in Nederland 2009*. Groningen: IntraVal/Rijksuniversiteit Groningen.

Broekhuizen, J., Boers, J., Ruiters, S. & Slot, J. (2011). *Angst voor coffeeshop in de buurt gegrond? Onderzoek naar de ervaren overlast van coffeeshops én vergelijkbare voorzieningen in 8 Amsterdamse buurten*. Amsterdam: Dienst Onderzoek en Statistiek, gemeente Amsterdam.

Korf, D.J. & Liebrechts, N. (2010). *Coffeeshops, bezoekersstromen, motieven voor bezoek en spreiding in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Laar, van, M. & Van Ooijen-Houben, M. (red.) (2009). *Evaluatie van het Nederlandse drugsbeleid*. Utrecht: Trimbos-instituut en Den Haag: WODC.

Nabben, T., Benschop, A. & Korf, D. J. (2010). *Antenne 2009; Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.





## Bijlage I Tabellen Clusters

Tabel I.1 Geslacht

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Man	206 84.4	251 86.9	307 82.3	274 93.5	1038 86.6	
Vrouw	38 15.6	38 13.1	66 17.7	19 6.5	161 13.4	
Totaal	244 100	289 100	373 100	293 100	1199 100	<.001

Tabel I.2 Etniciteit

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Nederland	99 41.4	105 36.7	209 56.3	61 20.8	474 39.9	
Marokko	35 14.6	56 19.6	29 7.8	103 35.2	223 18.8	
Turkije	8 3.3	12 4.2	12 3.2	22 7.5	54 4.5	
Suriname	35 14.6	37 12.9	29 7.8	41 14.0	142 11.9	
Antillen/Aruba	8 3.3	1 0.3	6 1.6	11 3.8	26 2.2	
Indonesië	9 3.8	5 1.7	13 3.5	8 2.7	35 2.9	
Overig Westers	31 13.0	42 14.7	47 12.7	16 5.5	136 11.4	
Overig niet-Westers	14 5.9	28 9.8	26 7.0	31 10.6	99 8.3	
Totaal	239 100	286 100	371 100	293 100	1189 100	<.001
	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Westers	139 58.2	152 53.1	269 72.5	85 29.0	645 54.2	
niet-Westers	100 41.8	134 46.9	102 27.5	208 71.0	544 45.8	
Totaal	239 100	286 100	371 100	293 100	1189 100	<.001

Tabel 1.3 Stadsdeel

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Centrum	68 27.9	93 32.1	106 28.4	58 19.7	325 27.1	
Noord	14 5.7	6 2.1	16 4.3	15 5.1	51 4.2	
Oost	13 5.3	27 9.3	32 8.6	35 11.9	107 8.9	
Zuid	93 38.1	94 32.4	102 27.3	87 29.6	376 31.3	
West	56 23.0	70 24.1	117 31.4	99 33.7	342 28.5	
Totaal	244 100	290 100	373 100	294 100	1201 100	.001

Tabel 1.4 Frequentie coffeeshop bezoek

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Elke dag	82 33.6	131 45.2	79 21.3	161 54.8	453 37.8	
Een paar keer per week	125 51.2	126 43.4	151 40.7	100 34.0	502 41.9	
1 x per week	16 6.6	19 6.6	85 22.9	19 6.5	139 11.6	
Paar keer per maand	13 5.3	10 3.4	32 8.6	8 2.7	63 5.3	
1 x per maand	2 0.8	1 0.3	7 1.9	3 1.0	13 1.1	
Minder	5 2.0	1 0.3	7 1.9	3 1.0	16 1.3	
Zelden/nooit	1 0.4	2 0.7	10 2.7	0 0	13 1.1	
Totaal	244 100	290 100	371 100	294 100	1199 100	<.001

Tabel 1.5 Tijdstip coffeeshop bezoek

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
's ochtends	10 4.1	19 6.6	8 2.2	14 4.8	51 4.3	
's middags	93 38.3	100 34.8	111 30.2	96 32.7	400 33.6	
's avonds	140 57.6	168 58.5	248 67.6	184 62.6	740 62.1	
Totaal	243 100	287 100	367 100	294 100	1191 100	.032

Tabel I.6 Halen of zitten in coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal
Alleen/vooral halen	100 41.0	75 26.0	308 82.8	85 29.0	568 47.4
Allebei ongeveer evenveel	109 4.7	127 43.9	49 13.2	134 45.7	419 35.0
Alleen/vooral zitten	35 14.3	87 30.1	15 4.0	74 25.3	211 17.6
Totaal	244 100	289 100	372 100	293 100	1198 100

Tabel I.7 Voorkeur grootte coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Grote coffeeshop	12 4.9	17 5.9	4 1.1	20 6.8	53 4.4	
Tussenin	45 18.4	29 10.0	25 6.7	33 11.2	132 11.0	
Kleine coffeeshop	64 26.2	90 31.0	102 27.5	71 24.1	327 27.3	
Geen voorkeur	123 50.4	154 53.1	240 64.7	170 57.8	687 57.3	
Totaal	244 100	290 100	371 100	294 100	1199 100	<.001

Tabel I.8 Frequentie cannabisgebruik

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
(bijna) elke dag	162 66.4	213 73.7	201 54.0	215 73.1	791 66.0	
Paar keer per week	56 23.0	59 20.4	111 29.8	54 18.4	280 23.4	
1 x per week	7 2.9	5 1.7	26 7.0	6 2.0	44 3.7	
Paar keer per maand	12 4.9	7 2.4	16 4.3	9 3.1	44 3.7	
1 x per maand	3 1.2	1 0.3	8 2.2	1 0.3	13 1.1	
Minder	4 1.6	4 1.4	10 2.7	9 3.1	27 2.3	
Totaal	244 100	289 100	372 100	294 100	1199 100	ORD

Tabel I.9 Voorkeur wiet of hasj

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Wiet	147 60.2	162 56.6	218 58.6	141 48.1	668 55.9	
Allebei evenveel	43 17.6	57 19.9	54 14.5	56 19.1	210 17.6	
Hasj	54 22.1	67 23.4	100 26.9	96 32.8	317 26.5	
Totaal	244 100	286 100	372 100	293 100	1195 100	.021

Tabel I.10 Bezoek andere coffeeshops

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Alleen hier	79 32.9	139 48.3	140 38.0	162 55.7	520 43.8	
Ook in ... andere shops	161 67.1	149 51.7	228 62.0	129 44.3	667 56.2	
Totaal	368 100	288 100	368 100	291 100	1187 100	<.001

Tabel I.11 Woonplaats

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Amsterdam	216 88.5	267 92.1	333 89.3	251 85.4	1067 88.8	
In de buurt van Amsterdam	24 9.8	13 4.5	18 4.8	27 9.2	82 6.8	
Verder weg	4 1.6	10 3.4	22 5.9	16 5.4	52 4.3	
Totaal	244 100	290 100	373 100	294 100	1201 100	.005

Tabel I.12 Transportmiddel naar coffeeshops algemeen

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Te voet	98 42.2	147 53.8	191 55.4	85 31.6	521 46.6	
Fiets	44 19.0	60 22.0	75 21.7	31 11.5	210 18.8	
Scooter	17 7.3	11 4.0	13 3.8	20 7.4	61 5.5	
Auto	36 15.5	11 4.0	35 10.1	83 30.9	165 14.7	
Tram	37 15.9	44 16.1	31 9.0	50 18.6	162 14.5	
Totaal	232 100	273 100	345 100	269 100	1119 100	<.001

Tabel I.13 *Transportmiddel deze coffeeshop*

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Lopend	98 40.2	137 47.2	175 46.9	80 27.2	490 40.8	
Fiets	42 17.2	71 24.5	95 25.5	28 9.5	236 19.7	
Tram/bus/metro	38 15.6	54 18.6	38 10.2	57 19.4	187 15.6	
Scooter/brommer	20 8.2	12 4.1	15 4.0	18 6.1	65 5.4	
Auto/motor	41 16.8	12 4.1	46 12.3	104 35.4	203 16.9	
Trein	5 2.0	4 1.4	4 1.1	7 2.4	20 1.7	
Totaal	244 100	290 100	373 100	294 100	1201 100	<.001

Tabel I.14 *Bezoek deze coffeeshop halen of zitten*

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Alleen/vooral halen	100 41.0	73 25.3	304 81.9	77 26.2	554 46.2	
Allebei ongeveer evenveel	100 41.0	96 33.2	47 12.7	139 47.3	382 31.9	
Alleen/vooral zitten	44 18.0	120 41.5	20 5.4	78 26.5	262 21.9	
Totaal	244 100	289 100	371 100	294 100	1198 100	<.001

Tabel I.15 *Tijdstip bezoek deze coffeeshop*

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
's ochtends	12 4.9	17 5.9	8 2.2	11 3.7	48 4.0	
's middags	96 39.3	105 36.3	124 33.3	103 35.0	428 35.7	
's avonds	136 55.7	167 57.8	240 64.5	180 61.2	723 60.3	
Totaal	244 100	289 100	372 100	294 100	1199 100	.119

Tabel I.16 Frequentie bezoek deze coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Elke dag	59 24.2	96 33.1	43 11.6	117 39.8	315 26.3	
Een paar keer per week	109 44.7	124 42.8	140 37.6	127 43.2	500 41.7	
1 x per week	20 8.2	22 7.6	63 16.9	17 5.8	122 10.2	
Paar keer per maand	35 14.3	18 6.2	52 14.0	13 4.4	118 9.8	
1 x per maand	5 2.0	4 1.4	20 5.4	3 1.0	32 2.7	
Minder	9 3.7	7 2.4	19 5.1	8 2.7	43 3.6	
Zelden/nooit	7 2.9	19 6.6	35 9.4	9 3.1	70 5.8	
Totaal	244 100	290 100	372 100	294 100	1200 100	ORD

Tabel I.17 Meest bezochte coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Deze coffeeshop	168 68.9	231 79.9	247 66.4	236 80.3	882 73.6	
Andere Amsterdamse coffeeshop	68 27.9	51 17.6	107 28.8	50 17.0	276 23.0	
Coffeeshop buiten Amsterdam	8 3.3	7 2.4	18 4.8	8 2.7	41 3.4	
Totaal	244 100	289 100	372 100	294 100	1199 100	<.001

Tabel I.18 Frequentie bezoek coffeeshop in eigen woonbuurt

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Zijn er niet	35 14.3	31 10.7	37 9.9	51 17.4	154 12.9	
Nooit	29 11.9	37 12.8	34 9.1	68 23.2	168 14.0	
Soms	67 27.5	60 20.8	67 18.0	60 20.5	254 21.2	
Ongeveer de helft van de keren	27 11.1	15 5.2	22 5.9	12 4.1	76 6.3	
Vaak	39 16.0	59 20.4	108 29.0	46 15.7	252 21.0	
Altijd	47 19.3	87 30.1	104 28.0	56 19.1	294 24.5	
Totaal	244 100	289 100	372 100	293 100	1198 100	ORD

Tabel I.19 Zou je vaker naar een coffeeshop in je eigen buurt gaan, als er daar wel eentje was?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
1 Zeker niet	30 19.4	51 35.9	60 36.8	79 41.4	220 33.8	
2	18 11.6	19 13.4	17 10.4	19 9.9	73 11.2	
3	55 35.5	30 21.1	44 27.0	42 22.0	171 26.3	
4	16 10.3	13 9.2	16 9.8	18 9.4	63 9.7	
5 Zeker wel	36 23.2	29 20.4	26 16.0	33 17.3	124 19.0	
Totaal	155 100	142 100	163 100	191 100	651 100	ORD

Tabel I.20 Zou je naar een coffeeshop gaan met alleen een afhaalbalie?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	P
1 Zeker niet	50 20.7	109 37.7	26 7.0	124 42.3	309 25.8	
2	24 9.9	31 10.7	19 5.1	28 9.6	102 8.5	
3	63 26.0	41 14.2	38 10.2	30 10.2	172 14.4	
4	44 18.2	27 9.3	55 14.8	34 11.6	160 13.4	
5 Zeker wel	61 25.2	81 28.0	234 62.9	77 26.3	453 37.9	
Totaal	242 100	289 100	372 100	293 100	1196 100	ORD

Tabel I.21 Stel dat de wietpas verplicht wordt, wat vind jij hiervan?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Registratie bij één coffeeshop	12 5.0	25 8.6	25 6.7	13 4.4	75 6.3	
Alleen registratie bij meerdere coffeeshops	30 12.4	29 10.0	42 11.3	21 7.1	122 10.2	
Ik ben tegen registratie	199 82.6	236 81.4	306 82.0	260 88.4	1001 83.6	
Totaal	241 100	290 100	373 100	294 100	1198 100	.110

Tabel I.22 Stel dat je met de wietpas maar naar één coffeeshop mag, wat zou je doen?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Registratie in deze coffeeshop	43 18.0	76 26.6	104 28.4	66 22.8	289 24.5	
Registratie bij een andere coffeeshop	23 9.6	10 3.5	39 10.7	12 4.1	84 7.1	
Weiger, vraag anderen te gaan	20 8.4	17 5.9	24 6.6	32 11.0	93 7.9	
Weiger, zelf kweken	36 15.1	38 13.3	44 12.0	42 14.5	160 13.5	
Weiger, kopen van teler	34 14.2	28 9.8	33 9.0	22 7.6	117 9.9	
Weiger, koop elders	50 20.9	64 22.4	72 19.7	62 21.4	248 21.0	
Weiger, laat bezorgen	20 8.4	11 3.8	16 4.4	14 4.8	61 5.2	
Weiger en stop blowen	13 5.4	42 14.7	34 9.3	40 13.8	129 10.9	
Totaal	239 100	286 100	366 100	290 100	1181 100	<.001