



Onderzoek Experiment Gesloten Coffeeshopketen

Rapportage voormeting 2021

Ralph Mennes, Stijn Hoorens, Margriet van Laar

Karin Monshouwer, Marleen Olthof, Pieter Oomen, Mafalda Pardal, Sander Rigter,
Ruud Roodbeen, Irene Schoonbeek, Ben Senator

Breuer&Intraval is een onafhankelijk onderzoeks- en adviesbureau dat zich onderscheidt door de mensgerichte aanpak en sociale betrokkenheid. Het bureau voert al meer dan 30 jaar onderzoek uit naar coffeeshops, het bijbehorende beleid en hieraan gerelateerde fenomenen. Ga voor meer informatie over Breuer&Intraval naar www.breuerintraval.nl.

RAND Europe is een non-profit onderzoeksorganisatie die door middel van onderzoek en analyse helpt beleid en besluitvorming te verbeteren. Ga voor meer informatie over RAND Europe naar www.randeurope.org.

Het **Trimbos-instituut** is hét onafhankelijke kennisinstituut voor mentale gezondheid, het gebruik van alcohol, tabak en drugs en over gamen, digitale balans en gokken. Ga voor meer informatie over het Trimbos-instituut naar www.trimbos.nl.

© 2023 RAND Corporation, Breuer&Intraval en Trimbos-instituut

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door printouts, kopieën, of op welke andere manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteursrechthebbenden.

Cover: *Floor Fortunati*

Samenvatting

In dit rapport bespreken we de methoden en resultaten van de voormeting voor het onderzoek naar het Experiment Gesloten Coffeeshopketen. Tijdens dit experiment zal in tien 'interventiegemeenten' geëxperimenteerd worden met de verkoop van legaal geteelde cannabis.¹ Daarvoor krijgen enkele geselecteerde bedrijfsmatige telers van cannabis (tijdelijk) een ontheffing van de Opiumwet.

In de voormeting is de stand van zaken op het gebied van het gemeentelijke coffeeshopbeleid, het cannabisgebruik, de (gedoogde) verkoop van cannabis vanuit coffeeshops en de illegale verkoop van softdrugs in kaart gebracht. De voormeting vond plaats van september 2021 tot april 2022 en heeft betrekking op 10 interventiegemeenten (waarin de legaal geteelde cannabis zal worden geïntroduceerd) en 9 vergelijkingsgemeenten² (waar het reguliere aanbod zal blijven gelden) die deel uitmaken van het experiment (gezamenlijk de 19 'onderzoeksgemeenten'). Deze voormeting is uitgevoerd en gerapporteerd door Breuer&Intraval, RAND Europe en

het Trimbos-instituut in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC). Het onderzoek is aangevraagd door het ministerie van Justitie en Veiligheid (J&V) en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS).

Methoden

In alle 19 onderzoeksgemeenten is informatie verzameld. Zo is veldwerk verricht bij de coffeeshops in deze gemeenten, waar het aantal bezoekers is geteld (in totaal 950 tellingen bij 124 coffeeshops) en enquêtes bij bezoekers zijn afgenomen (in totaal 809 bezoekersenquêtes bij 122 coffeeshops). Ook zijn foto's van de menukaarten gemaakt (bij 110 coffeeshops in 18 gemeenten) voor een analyse van de beschikbare cannabissoorten en hun prijs. Verder zijn enquêtes afgenomen bij personen die in de directe omgeving van de coffeeshops wonen of werken (388 omwonenden en mensen die in de buurt werken³ van 129 coffeeshops). Om zicht te krijgen op de illegale markt, is gebruik gemaakt

1 De tien interventiegemeenten zijn: Almere, Arnhem, Breda, Groningen, Heerlen, Hellevoetsluis, Maastricht, Nijmegen, Tilburg en Zaanstad.

2 De negen vergelijkingsgemeenten zijn: Enschede, Helmond, Leeuwarden, Leiden, Lelystad, Roermond, Tiel, Utrecht en Zutphen.

3 Hierna omwerkenden genoemd.

van een online crowdsourcing-enquête.⁴ Daarbij konden respondenten zelf via een online platform anoniem informatie geven over hun recente cannabistransacties. Ook zijn politieregistraties geanalyseerd. Het gaat om cijfers van alle Nederlandse gemeenten die betrekking hebben op incidenten en misdrijven die te maken hebben met overlast in verband met alcohol/drugs, bezit harddrugs, bezit softdrugs, handel in harddrugs, handel in softdrugs, vervaardigen van harddrugs en vervaardigen van softdrugs.⁵

Coffeeshopbeleid

Alle gemeenten hanteren een maximumbeleid, waarbij het aantal coffeeshops het vastgestelde maximum⁶ niet mag overschrijden. Verder hebben alle onderzoeksgemeenten de AHOJG-criteria⁷ opgenomen in hun coffeeshopbeleid, terwijl het I-criterium⁸ bij 16 van de 19 onderzoeksgemeenten in het beleid staat. Eén van deze gemeenten handhaaft het I-criterium met hoge prioriteit, 4 doen dit met lage prioriteit en 11 handhaven dit niet actief.

Aanbod in coffeeshops

Van de 129 coffeeshops die bezocht zijn, werd in 110 shops (85%) toestemming gekregen voor het fotograferen van de menukaart. Op de 110 menukaarten stonden in totaal 3.849 items, waarvan 2.452 unieke items. Alle shops verkochten wiet. Gemiddeld stonden er 10,4 unieke wietproducten op het menu. De meest voorkomende soorten waren: White Widow, Amnesia Haze, Amnesia, Lemon Haze en Silver Haze. De gemiddelde prijs die voor een gram van de nederwietsoorten op het menu moest worden betaald, was € 10,87. De gemiddelde prijs voor een gram gruis⁹ (€ 6,36) is lager (statistisch significant) dan die van de reguliere nederwietproducten, terwijl voor een gram VS-wiet¹⁰ aanzienlijk meer betaald moest worden (gemiddelde prijs € 24,99).

In 108 van de 110 coffeeshops werd hasj verkocht. Gemiddeld stonden er 5,3 unieke hasjproducten op het menu. De meest voorkomende hasjsoorten waren Super Polm, Polm, Beldia, Afghaan en Zero Zero. Deze benamingen (behalve Afghaan) worden doorgaans gebruikt voor Marokkaanse

4 De data van de crowdsourcing-enquête die we in dit rapport bespreken, zijn verzameld tussen 1 september 2021 en 31 augustus 2022.

5 De Opiumwet maakt onderscheid tussen soft- en harddrugs. Op lijst I staan middelen die geclassificeerd worden als harddrugs, zoals heroïne, cocaïne, amfetamine, ecstasy en GHB. Op lijst II staan middelen die geclassificeerd worden als softdrugs, zoals cannabisproducten en slaap- en kalmeringsmiddelen.

6 Gemeenten die een maximumbeleid voeren, hebben in hun coffeeshopbeleid opgenomen hoeveel coffeeshops er maximaal in de gemeente gevestigd mogen worden ('het vastgestelde maximum').

7 Voor de verkoop van cannabisproducten in coffeeshops wordt in Nederland een gedoogbeleid gevoerd. Er wordt niet (strafrechtelijk) opgetreden tegen coffeeshops die een gedoogvergunning of verklaring van de gemeente hebben, zolang zij zich houden aan de landelijke (AHOJG) en lokaal vastgestelde criteria. De AHOJG-criteria houden in: geen Affichering, geen Harddrugs, geen Overlast, geen verkoop aan – en toegang tot de coffeeshop voor – Jeugdigen, geen verkoop van Grote hoeveelheden (maximaal vijf gram per transactie).

8 Het I-criterium stelt dat alleen inwoners van Nederland toegang hebben tot de coffeeshop en dat uitsluitend aan hen softdrugs verkocht mogen worden.

9 'Gruis' betreft vaak restanten van (diverse) soorten nederwiet en wordt ook wel 'mix' of 'kleine toppen' genoemd.

10 Cannabis geïmporteerd uit Noord-Amerika of aldaar veredeld.

hasjsoorten. Voor een gram van de buitenlandse hasj die op de menu's stond, moest gemiddeld € 10,78 per gram worden betaald. De prijs voor een gram nederhasj bedroeg gemiddeld € 14,37. Dit verschilde niet significant van de gemiddelde prijs per gram van de buitenlandse hasj. Gemiddeld zijn er significant meer wietproducten dan hasjproducten terug te vinden op de coffeeshopmenu's, maar er is geen verschil in de gemiddelde prijs per gram van hasj en wiet.

In 105 coffeeshops werden voorgedraaide joints verkocht. De gemiddelde coffeeshop had 6,3 unieke jointproducten op zijn menukaart staan. 30% van de coffeeshops verkocht naast joints met tabak ook joints zonder tabak. Gemiddeld stonden er 5,9 unieke jointproducten met tabak op de menu's. Dit was significant meer dan het gemiddelde aantal unieke jointproducten zonder tabak per menu: 2,1. De joints met tabak kostten gemiddeld € 4,58 per joint. Dit is minder dan de joints zonder tabak, waarvoor gemiddeld € 5,37 betaald moest worden.

In 35% van de bezochte coffeeshops werden edibles¹¹ verkocht. Gemiddeld hadden deze coffeeshops 3,2 unieke eetbare producten op het menu staan. Omdat het ging om een grote diversiteit aan producten, verschilde de prijs per stuk ook aanzienlijk (gemiddeld € 8,85). In 26 van de 110 coffeeshops was CBD-wiet of -hasj¹² te koop (23,6%). De gemiddelde prijs per gram van de CBD-producten was € 6,63.

Bezoekers van de coffeeshops: kenmerken, koopgedrag en gebruik

De tellingen van coffeeshopbezoekers bij 124 coffeeshops lieten zien dat de coffeeshops

gemiddeld zo'n 650 bezoekers per dag verwerken. Dit komt overeen met de verkoop van gemiddeld zo'n 1.300 gram cannabis per coffeeshop per dag. De meeste bezoekers kwamen vooral in de middag of avond. Naast de tellingen zijn bezoekersenquêtes afgenomen in of nabij de coffeeshop bij respondenten die voorafgaande aan de enquêtering een aankoop hadden afgerond bij de coffeeshop. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 32 jaar. Driekwart van hen had voorafgaande aan de enquêtering wiet gekocht, 20% had hasj aangeschaft en 5% had zowel wiet als hasj gekocht. In de 30 dagen voorafgaand aan de enquêtering had slechts een klein percentage (<5%) van de respondenten buiten coffeeshops (bijvoorbeeld in het illegale circuit of medicinale cannabis bij de apotheek) cannabis gekocht.

De drie belangrijkste redenen die werden gegeven voor de aanschaf van wiet en/of hasj in de coffeeshop die respondenten voorafgaande aan de enquêtering hadden bezocht, waren: 1) een gunstige en goed te bereiken locatie, 2) verkoop van hoge kwaliteit cannabis, en 3) een goede sfeer/gezelligheid/vriendelijk personeel. Gemiddeld gaven wiet kopende respondenten 19 euro uit en hasj kopende respondenten 16 euro. De meest voorkomende uitgave per transactie was € 10 voor zowel wiet als hasj.

Het merendeel van de respondenten (89%) gaf aan (heel) tevreden te zijn over de cannabis van de coffeeshop waar zij voorafgaande aan de enquêtering cannabis hadden gekocht. De respondenten die tevreden waren, noemden als reden daarvoor als reden hoofdzakelijk de hoge kwaliteit van cannabis (51%), de effecten van de cannabis (23%) en de constante kwaliteit/sterkte/hoeveelheid van de cannabis (12%). Ontevreden respondenten gaven als toelichting

11 Eetbare producten waarin cannabis is verwerkt en die niet als concentraat, olie of supplement worden verkocht.

12 Deze producten worden verondersteld geen of weinig van het psychoactieve THC te bevatten.

een wisselende kwaliteit/sterkte/hoeveelheid van de cannabis (36%), beperkte kwaliteit van de cannabis (24%) en een matige prijs-kwaliteitverhouding van de cannabis (24%).

Ruim twee derde (70%) van de respondenten die in de 30 dagen voorafgaande aan de enquêtering hasj of wiet gebruikten, deed dit op 20 dagen of meer. Het aandeel frequente gebruikers in deze meting is relatief groot ten opzichte van eerder onderzoek (zoals de Nationale Drugs Monitor 2022) onder deze doelgroep. Deze enquête geeft geen representatief beeld van alle coffeeshopbezoekers, aangezien degenen die vaak naar de coffeeshop gaan, een grotere kans hadden om uitgenodigd te worden voor deelname aan deze enquête dan andere gebruikers.

Meer dan de helft van de coffeeshopbezoekers (59%) gaf aan in de 30 dagen voorafgaande aan de enquêtering alleen wiet te hebben gebruikt; 15% meldde **meestal** wiet te hebben gebruikt. Daarnaast gaf ongeveer één op de acht coffeeshopbezoekers (13%) aan in de 30 dagen voorafgaande aan de enquêtering alleen hasj te hebben gebruikt; 5% gebruikte **meestal** hasj. Tot slot gaf 8% aan ongeveer even vaak hasj als wiet te hebben gebruikt. De overgrote meerderheid (94%) van de groep 'laatste maand gebruikers' gebruikte hasj of wiet in een joint (met tabak). Daarnaast gebruikte 1 op de 20 (5%) respondenten hasj of wiet puur als sigaret. Verder gebruikte 4% hasj of wiet in een pijpje en 3% in een 'heat-not-burn' vaporizer.¹³

Ruim 8 op de 10 coffeeshopbezoekers die in de 30 dagen voorafgaande aan de enquêtering cannabis gebruikte, deed dit altijd of meestal voor recreatieve doeleinden. Op een andere

vraag antwoordde iets minder dan een kwart dat zij altijd of meestal cannabis gebruikten voor medicinale doeleinden, van wie een minderheid de cannabis op recept verstrekt kreeg.

Bijna twee derde (65%) van de coffeeshopbezoekers scoorde positief op een screener voor riskant cannabisgebruik.¹⁴ Dit komt mogelijk doordat vooral frequente bezoekers zijn bevraagd. Zo gaf 8 procent van de respondenten aan in de 12 maanden voorafgaande aan de enquêtering wel eens onwel te zijn geworden of een ongeluk te hebben gehad bij of door het gebruik van cannabis. Het ging daarbij vooral om misselijkheid/overgeven (30%), het verliezen van het bewustzijn of 'out' gaan (20%) en het krijgen van een angst- of paniekaanval (18%).

Op de vraag aan respondenten of ze in de 12 maanden voorafgaande aan de enquêtering hulp hadden gezocht om te stoppen of te minderen met het gebruik van hasj of wiet, antwoordde 90% dat zij dat niet hadden gedaan. 'Hulp zoeken' omvatte doorgaans tips zoeken op internet, een beroep doen op de verslavingszorg, de huisarts of psycholoog dan wel op vrienden of familie.

Leefbaarheid rond coffeeshops

Uit de enquête onder omwonenden/omwerkenden van de coffeeshops kwam naar voren dat zij over het algemeen tevreden zijn met het wonen/werken in de buurt (88%). Twee derde (65%) van de respondenten zegt dat er weleens voorvallen in de directe omgeving van de coffeeshop voorkomen waar mensen overlast van zouden kunnen ervaren. Het gaat dan voornamelijk om verkeersoverlast, geluidsoverlast en overlast

13 Bij een 'heat-not-burn' vaporizer wordt de tabak/cannabis verwarmd tot een hoge temperatuur, maar niet verbrand. E-sigaretten vallen ook in deze categorie.

14 Riskant cannabisgebruik is gemeten aan de hand van de CAST (Cannabis Abuse Screening Test). Deze vragenlijst bestaat uit zes items waarin wordt gevraagd naar cannabisgebruik in de afgelopen 12 maanden.

door rondhangende personen. Deze voorvallen worden echter vaker niet dan wel gerelateerd aan de in de buurt gevestigde coffeeshop. Twee derde (68%) van deze respondenten meldt zelf ook daadwerkelijk overlast te ervaren van deze voorvallen. Omwonenden/omwerkenden van coffeeshops voelen zich over het algemeen veilig in de buurt: 76% gaf aan zich in de afgelopen zes maanden niet onveilig te hebben gevoeld in de buurt. Ze gaven de veiligheid gemiddeld een 7,3 als rapportcijfer.

Registratiegegevens politie

Het aantal bij de politie geregistreerde incidenten en misdrijven met betrekking tot soft- en harddrugs in de onderzoeksgemeenten is vergeleken met het gemiddelde aantal geregistreerde incidenten en misdrijven met betrekking tot soft- en harddrugs in alle overige Nederlandse gemeenten. Het aantal geregistreerde overlastincidenten en -misdrijven in verband met alcohol en/of drugs lag in de onderzoeksgemeenten aanmerkelijk hoger dan gemiddeld in de Nederlandse gemeenten. Dit kan worden verklaard doordat alle onderzoeksgemeenten een centrumfunctie vervullen in hun regio. Zij herbergen voorzieningen die ook door inwoners van omliggende gemeenten gebruikt worden. Incidenten of misdrijven die betrekking hebben op het bezit, de handel in of het vervaardigen van softdrugs kwamen zowel in de onderzoeksgemeenten als in de overige gemeenten in Nederland beperkt voor. Voor het bezit van harddrugs staan er gemiddeld meer incidenten en misdrijven geregistreerd in de onderzoeksgemeenten dan in de overige Nederlandse gemeenten. Het aantal incidenten en misdrijven in verband met de handel in of het vervaardigen van harddrugs lag relatief laag ten opzichte van de andere categorieën incidenten en misdrijven.

Illegale markt

Om zicht te krijgen op de illegale handel in softdrugs is een enquête over cannabistransacties buiten de coffeeshop uitgezet op basis van crowdsourcing met behulp van een online survey platform. Het betreft aankopen die zijn gedaan in de onderzoeksgemeenten. Hieruit bleek dat de prijs (70%), de prijs-kwaliteitverhouding (53%), het kunnen kopen van grotere hoeveelheden dan de maximum verkoophoeveelheid van vijf gram per transactie (37%) en een snelle bezorgservice (34%) de belangrijkste redenen zijn om cannabis buiten de coffeeshop te kopen. De respondenten die buiten de coffeeshop cannabis kopen, deden dit voornamelijk via een bezorgdienst of 06-dealer (40%). Verder bleek dat de respondenten voornamelijk wiet kochten (58%). Dit is aanmerkelijk meer dan het percentage respondenten dat hasj (20%) of zowel wiet als hasj kocht (22%). De meest verkochte soorten wiet en hasj kwamen grotendeels overeen met de eerder beschreven resultaten van de enquête onder coffeeshopbezoekers. Net als de coffeeshopbezoekers waren kopers op de illegale markt tevreden over het cannabisproduct dat zij buiten de coffeeshop hebben gekocht, zowel wat betreft de prijs-kwaliteitverhouding, de effecten als de smaak/geur.

Aan de respondenten is gevraagd hoeveel gram cannabis zij buiten de coffeeshop hebben gekocht. Omdat het werkelijke gewicht van de transactie kan afwijken van hetgeen de dealer vertelde, is ook gebruikt gemaakt van een fotokaart met daarop verschillende aantallen grammen cannabis. Aan de respondent is gevraagd om aan de hand van deze kaart aan te geven hoeveel gram cannabis zij hebben aangekocht. Er blijkt een aanzienlijk verschil (zonder duidelijke richting) tussen het gewicht dat ze denken gekocht te hebben en het geschatte gewicht door middel van de fotokaart. Buiten de coffeeshop

zijn kopers niet gebonden aan de maximale verkoophoeveelheid van 5 gram per transactie. Toch wordt ook op de illegale markt vaak een beperkt aantal gram per transactie gekocht. Bij respectievelijk 62% (wiet) en 70% (hasj) van de transacties ging het om minder dan 10 gram. Bij minder dan een tiende van de transacties werd meer dan 50 gram verkocht. De gemiddelde prijs van een gram wiet buiten de coffeeshop is € 7 euro, terwijl de gemiddelde prijs voor hasj € 6 bedraagt.¹⁵

Resumerend

De 19 onderzoeksgemeenten blijken qua coffeeshopbeleid een goede afspiegeling te zijn van de ruim 100 Nederlandse gemeenten met coffeeshops; zij hanteren alle een maximumbeleid en hebben de AHOJG-criteria in het beleid opgenomen. Uit de menukaartanalyse komt naar voren dat er gemiddeld meer wiet dan hasj op de menukaarten van coffeeshops staat. Dit is in lijn met bevindingen uit eerder onderzoek dat de meerderheid van de cannabisconsumenten wiet boven hasj prefereert. Over het algemeen zijn klanten (zeer) tevreden over de cannabis

die zij kopen in de coffeeshop. Die tevredenheid betreft voornamelijk de hoge kwaliteit van het gekochte product. Bijna twee derde van de ondervraagde coffeeshopbezoekers scoort hoog op 'riskant cannabisgebruik'. Ook blijkt een relatief hoog percentage (bijna een kwart) bezoekers de cannabis altijd of meestal voor medicinale doeleinden te gebruiken. Gezondheidsincidenten door cannabisgebruik komen relatief weinig voor.

Dit onderzoek laat zien dat in de directe omgeving van de coffeeshop nauwelijks overlast wordt ervaren van de coffeeshop en/of zijn bezoekers. Dit is in overeenstemming met veel onderzoeken naar de leefbaarheid rond coffeeshops in recente jaren (zoals de Monitor ontwikkelingen coffeeshopbeleid). Voor personen die cannabis buiten de coffeeshop kopen, lijkt vooral de prijs en/of de prijs-kwaliteitverhouding een doorslaggevende factor om in het illegale circuit te kopen. Deze aankopen worden voornamelijk gedaan bij bezorgdiensten of 06-dealers en betreffen vaker wiet dan hasj. Over het algemeen zijn de respondenten tevreden met het product dat zij buiten de coffeeshop hebben gekocht.

15 De gemiddelde prijs die in de coffeeshops voor een gram nederwiet betaald moest worden, was € 10,87. Gruis, buitenwiet en buitenlandse wiet waren goedkoper, terwijl VS-wiet duurder was. De gemiddelde prijs in de coffeeshops voor een gram buitenlandse hasj was € 10,67. De prijs voor een gram nederhasj bedroeg gemiddeld € 14,37.

Inhoudsopgave

Samenvatting	ii
Figuren	x
Tabellen	xii
Summary	xv
1. Inleiding	1
1.1. <i>Het Nederlandse drugs- en coffeeshopbeleid</i>	1
1.2. <i>De 'gesloten coffeeshopketen'</i>	2
1.3. <i>Het experiment met de gesloten coffeeshopketen</i>	3
1.4. <i>Internationale ontwikkelingen</i>	4
1.5. <i>Begeleidend onderzoek</i>	5
1.6. <i>In deze voormeting</i>	7
1.7. <i>Leeswijzer</i>	10
2. Onderzoeksdesign, onderzoeksgemeenten en beleid	11
2.1. <i>Quasi-experimenteel onderzoeksdesign</i>	12
2.2. <i>Karakteristieken onderzoeksgemeenten</i>	14
2.3. <i>Coffeeshopbeleid onderzoeksgemeenten</i>	18
3. Methoden	23
3.1. <i>Tellingen coffeeshopbezoekers</i>	24
3.2. <i>Enquêtes coffeeshopbezoekers</i>	25
3.3. <i>Menukaartanalyse</i>	28
3.4. <i>Enquête omwonenden/omwerkenden</i>	30
3.5. <i>Methoden en activiteiten onderzoek illegale markt</i>	32
3.6. <i>Analyse cijfers politie</i>	38
4. Aanbod van coffeeshops	39
4.1. <i>Aanbod van cannabis (typen/variëteiten, prijs)</i>	39
4.2. <i>Vergelijking met vorig onderzoek</i>	48
5. De coffeeshop en zijn bezoekers	49
5.1. <i>Tellingen coffeeshopbezoek</i>	50
5.2. <i>Coffeeshopbezoekers</i>	51
5.3. <i>Bezoek- en koopgedrag</i>	52

5.4.	<i>Gebruikspatronen</i>	62
5.5.	<i>Gebruikswijzen</i>	63
5.6.	<i>Gebruiksmotieven: recreatief en/of medicinaal</i>	64
5.7.	<i>Gebruik van andere middelen</i>	65
5.8.	<i>Risikant gebruik</i>	67
5.9.	<i>Illegale markt</i>	72
6.	Leefbaarheid rondom coffeeshops	73
6.1.	<i>Leefbaarheid</i>	74
6.2.	<i>Veiligheid</i>	77
7.	Cijfermatige systeemkennis politie	79
7.1.	<i>Overlast in verband met alcohol en/of drugs</i>	79
7.2.	<i>Bezit, handel en vervaardigen softdrugs</i>	80
7.3.	<i>Bezit, handel en vervaardigen harddrugs</i>	82
8.	Stand van zaken op de illegale markt	85
8.1.	<i>Redenden voor aankopen van cannabis buiten de coffeeshop</i>	86
8.2.	<i>Bronnen van aankoop buiten de coffeeshop</i>	88
8.3.	<i>Soorten cannabis</i>	89
8.4.	<i>Kenmerken en tevredenheid</i>	92
8.5.	<i>Aankoophoeveelheid</i>	94
8.6.	<i>Prijs van cannabis buiten de coffeeshop</i>	99
9.	Resumerend	101
9.1.	<i>Coffeeshops en beleid</i>	101
9.2.	<i>Aanbod van coffeeshops</i>	102
9.3.	<i>Bezoek aan coffeeshops</i>	103
9.4.	<i>Klanten van coffeeshops en hun cannabisgebruik</i>	104
9.5.	<i>Overlast en illegale markt</i>	105
9.6.	<i>Volksgezondheid</i>	106
	Referenties	108
	Bijlage i. Samenstelling begeleidingscommissie	112

Figuren

Figuur 2.1	Schematische weergave quasi-experimenteel onderzoeksdesign	13
Figuur 2.2	Deelnemende onderzoeksgemeenten voormeting	17
Figuur 2.3	Beleidsstypering (deelnemende) coffeeshopgemeenten, in absolute aantallen	19
Figuur 2.4	Landelijke gedoogcriteria in gemeentelijk beleid, in absolute aantallen	19
Figuur 2.5	Handhaving ingezetenen criterium, in absolute aantallen	21
Figuur 2.6	Andere relevante vestigings- en handhavingsaspecten die gemeenten hebben vastgesteld/toegepast in 2020, in absolute aantallen	21
Figuur 3.1	Maandelijkse respons gedurende de periode van de voormeting (1 september 2021 tot en met 31 augustus 2022)	36
Figuur 4.1	Aantal unieke hasj- en wietproducten per coffeeshopmenu ($p < 0,0001$). Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters	44
Figuur 4.2	Gemiddelde prijs per gram voor hasj- en wietproducten. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters	44
Figuur 4.3	Aantal joints met en zonder tabak per coffeeshop ($p < 0,0001$). Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters.	45
Figuur 4.4	Prijs per joint met en zonder tabak ($p < 0,0001$). Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters	46
Figuur 5.1	Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de deelnemende gemeenten, per dagtype, met 95% betrouwbaarheidsmarges	50
Figuur 5.2	Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de deelnemende gemeenten, per dagdeel, met 95% betrouwbaarheidsmarges	51

Figuur 5.3	Algemeen koopgedrag respondenten in de afgelopen 30 dagen (n=805*), zojuist in de shop (n=804*) en meestal in de shop (n=798*), voor wiet, hasj en beide	53
Figuur 5.4	Frequentie van aankopen van respondenten in de afgelopen 30 dagen bij de shop, voor aankopen wiet (links in groen, n=597*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=203*)	54
Figuur 5.5	Plaatsen van aankopen van respondenten in de afgelopen 30 dagen, voor aankopen wiet (links in groen, n=600*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=204*)	55
Figuur 5.6	Tevredenheid respondenten met de cannabis afkomstig van shop (n=791*)	57
Figuur 5.7	Mening van respondenten over de effecten van de cannabis, voor aankopen wiet (links in groen, n=553*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=167*)	59
Figuur 5.8	Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van cannabis, voor aankopen wiet (links in groen, n=557*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=168*)	60
Figuur 5.9	Frequentie van gebruik (aantal dagen in de afgelopen maand), n=784*	62
Figuur 5.10	Gebruik per soort cannabis in de afgelopen 30 dagen, n=800*	63
Figuur 5.11	Perceptie eigen gezondheid respondent (n=800)	67
Figuur 5.12	Scorepatroon CAST-items naar CAST-totaalscore (n=779)	68
Figuur 7.1	Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten geregistreerd onder de MK E38	80
Figuur 7.2	Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F41	81
Figuur 7.3	Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F43	81
Figuur 7.4	Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F45	82
Figuur 7.5	Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F40	83
Figuur 7.6	Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F42	83
Figuur 7.7	Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F44	84

Tabellen

Tabel 2.1	Deelnemende interventiegemeenten voormeting (n.a.v. nominatie commissie-Knottnerus)	15
Tabel 2.2	Deelnemende vergelijkingsgemeenten voormeting (n.a.v. selectie onderzoeksteam)	16
Tabel 3.1a	Verricht aantal coffeeshoptellingen per dagtype, per onderzoeksgroep en in totaal	24
Tabel 3.1b	Verricht aantal coffeeshoptellingen per dagdeel**, per onderzoeksgroep en in totaal	24
Tabel 3.2a	Afgenomen enquêtes per dag en moment op de dag*	27
Tabel 3.2b	De gemeenten en aantal shops waarin de enquêtes werden afgenomen, het aantal afgenomen enquêtes en het aantal respondenten woonachtig in de gemeente van afname	28
Tabel 3.3	aantal coffeeshops en aantal behaalde enquêtes bij omwonenden/ omwerkenden per gemeente en onderzoeksgroep	31
Tabel 3.4	Overzicht van de resultaten van de werving via social media	34
Tabel 3.5	Demografische eigenschappen van de doelgroepen die de advertentie hebben aangeklikt	34
Tabel 3.6	De gemeenten waarop de steekproefwerving zich richtte plus het aantal observaties van transacties per gemeente	37
Tabel 4.1	Aanbod en prijs cannabissoorten in de Nederlandse coffeeshops voor elke subklasse	40
Tabel 4.2	Top 10 meest voorkomende productnamen in de klasse wiet	41
Tabel 4.3	Top 10 meest voorkomende productnamen in de klasse hasj	43
Tabel 4.4	Top 10 meest voorkomende productnamen in de klasse joints	47
Tabel 5.1	Hoofdbezigheid overdag (frequenties en percentages), n=807*	52
Tabel 5.2	Belangrijkste redenen waarom respondenten wiet (n=600*) en hasj (n=204*) kopen in de coffeeshop zojuist bezocht (frequenties en percentages)	56

Tabel 5.3	Gecategoriseerde toelichtingen respondenten over tevredenheid	58
Tabel 5.4	Belangrijkste redenen voor 'onvoldoende keuze in de coffeeshop zojuist bezocht' (frequenties en percentages), voor aankopen wiet (n=69*) en voor aankopen hasj (n=25*)	61
Tabel 5.5	Andere cannabisproducten die ontbreken in huidige aanbod (n=95*)	61
Tabel 5.6	Gebruikswijzen cannabis in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages), n=802*	64
Tabel 5.7	Gebruiksmotieven (recreatief en/of medicinaal) cannabis in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages)	65
Tabel 5.8	Gebruik van andere middelen dan cannabis in de afgelopen 30 dagen (in percentages en gemiddeld aantal gebruiksdagen), n=802	66
Tabel 5.9	Aantal dagen cannabis gebruikt in de afgelopen 30 dagen naar CAST-score	69
Tabel 5.10	Gezondheidsproblemen of incidenten bij het gebruiken van wiet/hasj in de afgelopen 12 maanden. Hulp ingeschakeld	70
Tabel 5.11	Gezondheidsproblemen of incidenten bij het gebruiken van wiet/hasj in de afgelopen 12 maanden. Combinatiegebruik	71
Tabel 5.12	Stoppen of minderen bij het gebruik van wiet of hasj in de afgelopen 12 maanden. Hulp ingeschakeld (frequenties en percentages) (n=801)	72
Tabel 6.1	Kenmerken respondenten	74
Tabel 6.2	Aantal unieke respondenten dat aangeeft dat overlastvorm voorkomt en de frequentie waarmee dit het geval zou zijn, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=251)	75
Tabel 6.3	Aantal unieke respondenten dat potentieel overlast gevende voorvallen aan een coffeeshop relateert, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=251)	75
Tabel 6.4	Aantal unieke respondenten dat daadwerkelijk overlast ervaart en de frequentie waarmee dit het geval is, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=122)	76
Tabel 6.5	Aantal unieke respondenten dat de daadwerkelijk ervaren overlast relateert aan de coffeeshop, in absolute aantallen (n=122)	76
Tabel 6.6.	Aantal unieke respondenten dat gevoelens van onveiligheid heeft ervaren in de afgelopen zes maanden en de frequentie waarmee dat het geval was, in absolute aantallen (n=387)	77
Tabel 6.7	Voornaamste redenen voor gevoelens van onveiligheid in de afgelopen zes maanden, aantal unieke respondenten, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=91)	78
Tabel 6.8	Misdrijven waarvan respondenten in de afgelopen zes maanden in de buurt slachtoffer zijn geworden (n=56)	78

Tabel 8.1	Belangrijkste redenen om cannabis te kopen buiten een coffeeshop	87
Tabel 8.2	Bronnen van cannabis buiten coffeeshops (voor de laatste aankoop)	88
Tabel 8.3	Soorten gekochte cannabisproducten bij de laatste aankoop	89
Tabel 8.4	Soorten wietproducten die bij de laatste aankoop zijn verkregen	90
Tabel 8.5	Soorten hasjproducten die bij de laatste aankoop zijn verkregen	91
Tabel 8.6	Gepercipieerd belang van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze	93
Tabel 8.7	Tevredenheid over cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze bij interventie- en controlegroepen, en binnen totale steekproef	94
Tabel 8.8	Zelf gerapporteerd gewicht in gram wiet gekocht bij de laatste aankoop	95
Tabel 8.9	Zelf gerapporteerd gewicht in grammen hasj gekocht (bij de laatste aankoop)	96
Tabel 8.10	Verdeling van de gekochte hoeveelheid op basis van foto's (bij de laatste aankoop) – wiet	97
Tabel 8.11	Verdeling van de gekochte hoeveelheid op basis van foto's (bij de laatste aankoop) – hasj	98
Tabel 8.12	Gemiddelde prijs per gram voor wiet/hasj bij transacties van minder dan 50 gram en waarbij minder dan € 20 per gram is betaald, in de interventie- en controlegroep en in de totale steekproef	98
Tabel 8.13	Gemiddelde prijs per gram wiet/hasj per gewichtscategorie voor respondenten die minder dan € 20 per gram wiet/hasj betaalden	100

Summary

This document is the first research report in the context of ‘the controlled cannabis supply chain experiment’ in the Netherlands.¹⁶ During this experiment, ten ‘intervention municipalities’ will conduct a pilot with the sale of legally grown cannabis.¹⁷ For this purpose, up to ten commercial cannabis growers will be selected and granted (temporary) exemption from the Opium Act.

The document reports on the methods used and results of monitoring efforts mapping the state of municipal coffeeshop policy, cannabis consumption, the (tolerated) sale of cannabis from coffeeshops and the illegal sale of soft drugs prior to the introduction of the experiment. The field work for this ‘pre-measurement’ took place from September 2021 to April 2022, covering 10 intervention municipalities (where legally grown cannabis will be introduced as part of the experiment) and 9 comparison municipalities (where the closed coffeeshop supply chain will not be introduced)¹⁸ that are part of the experiment (collectively, the 19 ‘research municipalities’). The fieldwork and research for this report was conducted and reported by Breuer&Intraval,

RAND Europe and the Trimbos Institute. This research is commissioned by the Research and Documentation Centre (WODC) and conducted at the request of the Ministry of Health, Welfare and Sport and the Ministry of Justice and Security.

Methods

Information was collected for all 19 research municipalities. Fieldwork was conducted in and around coffeeshops in these municipalities, where the number of visitors was counted (950 in total at 124 coffeeshops) and surveys were taken from visitors (a total of 809 visitor surveys at 122 coffeeshops). In each coffeeshop (110 shops in 18 municipalities) the menu with cannabis products was photographed for the purpose of conducting an analysis of the cannabis strains on offer and their prices. A survey was also conducted with people living or working in the immediate vicinity of coffeeshops (388 residents and people working near 129 coffeeshops). An online crowdsourcing survey was conducted to gain insights into the illegal market for cannabis, i.e. sales outside

16 A coffeeshop in the Dutch context refers to a tolerated cannabis retail location.

17 The ten intervention municipalities are: Almere, Arnhem, Breda, Groningen, Heerlen, Hellevoetsluis, Maastricht, Nijmegen, Tilburg and Zaanstad.

18 The nine comparison municipalities are: Enschede, Helmond, Leeuwarden, Leiden, Lelystad, Roermond, Tiel, Utrecht and Zutphen.

coffeeshops.¹⁹ Respondents were invited to provide anonymous information about their recent cannabis transactions through an online platform. Law enforcement records were also analysed to report on registered incidents and offences complaints in all 19 study municipalities involving nuisance related to alcohol/drugs, possession of hard drugs, possession of soft drugs, trafficking in hard drugs, trafficking in soft drugs, manufacturing of hard drugs and manufacturing of soft drugs.²⁰

Coffeeshop policy

All 19 research municipalities have a so-called 'maximum coffeeshops policy', which dictates that the number of coffeeshops may not exceed the established maximum.²¹ Furthermore, all research municipalities have included the *AHOJG* criteria in their local coffeeshop policies,²² while the I-criterion (I – only Dutch residents allowed) is adopted in 16 out of 19 research municipalities.²³ One of these municipalities enforces the I-criterion with high priority, four with low priority and 11 do not actively enforce the criterion.

Supply in coffeeshops

Of the 129 coffeeshops visited, we obtained permission to photograph the menu in 110

shops (85%). The 110 menus contained a total of 3,849 items, of which 2,452 were unique items. All coffeeshops sold cannabis. On average, there were 10.4 unique cannabis items on each menu. The most common strains of herbal cannabis (weed or *wiet*) were: White Widow, Amnesia Haze, Amnesia, Lemon Haze and Silver Haze. The average price per gram of the weed varieties on the menu was € 10.87. The average price for a gram of 'grit' (€ 6.36)²⁴ was lower (statistically significant) than that of the regular Dutch cannabis products, while the average price for a gram of import cannabis from the United States was significantly higher (€ 24.99 on average).

Cannabis resin or hashish (**hasj**) was available in 108 coffeeshops out of 110. On average, there were 5.3 unique hash products on the menu. The most common hashish types were Super Polm, Polm, Beldia, Afghaan and Zero Zero. These names (except Afghaan) usually refer to Moroccan varieties. For one gram of the foreign hash on the menu, an average of € 10.67 had to be paid. The average price per gram for domestic hash from the Netherlands (*nederhasj*) was € 14.37. This was not significantly different from the average price per gram of foreign hashish. On average, the number of herbal cannabis products on coffeeshop menus was significantly higher than that of cannabis resin products, but there

19 Crowdsourcing data has been collected between September 1st 2021 and August 31st 2022.

20 The Opium Act distinguishes between soft and hard drugs: Schedule I lists the substances classified as hard drugs, for example heroin, cocaine, amphetamine, ecstasy and GHB. Schedule II lists the substances classified as soft drugs: cannabis products and sleeping pills and sedatives.

21 Municipalities with a 'maximum policy' have included in their coffeeshop policy a maximum number of coffeeshops that may operate within their jurisdiction (i.e., 'the established maximum').

22 The sale of cannabis products in coffeeshops is governed by a so-called 'tolerance policy' in the Netherlands. Coffeeshops will not be prosecuted and receive a licence to sell cannabis from the municipality if they comply with the national (*AHOJG*) and locally set criteria. The *AHOJG* criteria include: A – no advertising; H – no hard drugs; O – no nuisance; J – no minors; and G – no more than 5 grams per purchase.

23 The I-criterion states that only residents of the Netherlands have access to the coffeeshop and soft drugs may only be sold to them.

24 Grit usually refers to a mix comprising of the rest product of various types of Dutch weed.

was no statistically significant difference in the average price per gram of hash and weed.

Pre-rolled joints (pre-rolls) were sold in 105 coffeeshops. The average coffeeshop had 6.3 unique joint products on its menu. 30% of the coffeeshops sold joints without tobacco in addition to joints with tobacco. On average, there were 5.9 unique pre-roll products with tobacco on the menus. This was significantly higher than the average number of unique pre-roll products without tobacco per menu (2.1). On average, pre-rolls with tobacco cost € 4.58 per joint, while pre-rolls without tobacco cost on average € 5.37.

Edibles were sold in 35% of the visited coffeeshops.²⁵ On average, these coffeeshops had 3.2 unique edibles on the menu. Because this was a wide variety of products, the price per item also varied considerably (€ 8.85 on average). CBD cannabis or hashish²⁶ were on sale in 26 of the 110 coffeeshops (23.6%). The average price per gram of CBD products was € 6.63.

Coffeeshop visitors: characteristics, buying behaviour and use

Our fieldwork in and around 124 coffeeshops showed that the cannabis retail points welcome on average 650 visitors per day. This corresponds to the sales of approximately 1,300 grams cannabis on average per coffeeshop per day. Most visits occurred in the afternoon or evening. In addition to counting visitors, a survey was conducted with respondents in or near the coffeeshop who had just completed a purchase at the shop. The average age of respondents was 32 years. Three quarters of the respondents had bought

weed prior to taking the survey, 20% had bought hashish and 5% had bought both weed and hash. A small percentage (<5%) reported having made cannabis purchases outside shops in the 30 days prior to taking the survey (e.g., on the illegal market or at pharmacies to obtain cannabis for medicinal use).

The three main reasons for purchasing cannabis (both for weed and for hash) in the coffeeshop they had just visited prior to taking the survey were: 1) convenient and easily accessible location, 2) sale of high-quality cannabis, and 3) good atmosphere/hospitality/friendly staff. On average, respondents who purchased weed spent € 19, and respondents who purchased hashish spent € 16. The most common expenditure per transaction for both cannabis and hash was € 10.

Most respondents (89%) said they were (very) satisfied with the cannabis products from the shop they just visited. Respondents' satisfaction was associated with the perceived high quality of cannabis (51%), the desired effects of the cannabis product (23%) and the consistent quality/strength/quantity of the cannabis product (12%). Dissatisfied respondents cited varying quality/strength/quantity of the cannabis product (36%), limited quality (24%) and poor price/quality ratio of the cannabis product (24%) as explanations.

Over two-thirds (70%) of respondents who consumed hash or weed in the 30 days prior to taking the survey did so on 20 days or more. The proportion of frequent users in this measurement is relatively large compared to previous research (such as the National Drug Monitor 2022). This sample does not provide a representative picture of the entire population of coffeeshop visitors, as the more frequent visitors are overrepresented in this survey.

25 Edibles are edible cannabis products that are not sold as concentrates, oil or supplements.

26 It is assumed that these products contain little to no THC.

More than half of the coffeeshop visitors (59%) said they had only used weed in the 30 days prior to taking the survey, 15% said they used weed most of the time. In addition, about 1 in 8 coffeeshop visitors (13%) said they had only used hashish in the 30 days prior to taking the survey; 5% mostly used hashish. Finally, 8% said they used hash and weed about as often. The vast majority (94%) of the group 'last-month users' used hash or weed in a joint (with tobacco). Furthermore 1 in 20 (5%) respondents used pure hash or weed as a cigarette (without tobacco). In addition, 4% used hash or weed in a pipe and 3% in a 'heat-not-burn' vaporiser.²⁷

Over 8 in 10 coffeeshop visitors who used cannabis in the 30 days prior to taking the survey always or mostly did so for recreational purposes. Nearly a quarter of respondents reported to a following that they were always or mostly using cannabis for medicinal purposes, a minority of whom were given the cannabis on prescription.

Almost two-thirds (65%) of coffeeshop visitors scored positive on a screener for risky cannabis use.²⁸ A possible explanation for this is that mostly frequent visitors were surveyed. Thus 8 per cent of respondents said they had been unwell or had an accident while or after using cannabis in the 12 months prior to taking the survey. These mostly related to nausea/vomiting (30%) losing consciousness (20%) and having anxiety or a panic attack (18%).

When asked whether people had sought help to stop or reduce their use of hashish or weed in the 12 months prior to taking the survey, 90% replied that they had not. 'Seeking help' mostly involved browsing the internet, or seeking help

from addiction care, from GP or psychologist and from friends or family.

Quality of life around coffeeshops

The survey among residents and people working in the vicinity of coffeeshops revealed that they are generally satisfied with living/working in that neighbourhood (88%). Two thirds (65%) of respondents said that there are occasional incidents around the coffeeshop that might affect the neighbourhood. These incidents mainly concern disorderly traffic, noise disruption and nuisance from loitering. However, residents generally do not attribute these incidents to the activities of the coffeeshop located in the neighbourhood. Two thirds (68%) of these respondents indicated that these incidents have a negative effect on their quality of life. Residents and people working in the vicinity of coffeeshops generally feel safe in the neighbourhood. On average, 76% of the respondents did not feel unsafe in the neighbourhood in the past six months. They rate the safety level 7.3 on average on a scale of 10.

Law enforcement registration data

The study team requested data about registered incidents and offences in relation to soft and hard drugs in the 19 study municipalities from law enforcement authorities in the Netherlands. These were then compared to the average number of incidents and reports registered in all other Dutch municipalities. The number of reported incidents of public disorder related to alcohol and/or drugs was significantly higher in the study municipalities than the average in the

27 In a 'heat-not-burn' vaporiser, the tobacco/cannabis is heated, but not burnt. E-cigarettes also fall into this category.

28 Risky cannabis use is measured using the CAST (Cannabis Abuse Screening Test). This questionnaire consists of six items asking about cannabis use in the past 12 months.

Dutch municipalities. This can be explained by the fact that all study municipalities fulfil a central function in their region. They host facilities that are also being used by residents from surrounding municipalities. Incidents, offences or crimes related to the possession, trafficking or manufacture of soft drugs (such as cannabis) were limited in both the research municipalities and the other municipalities in the Netherlands. For possession of hard drugs (such as cocaine), on average, more incidents and crimes were registered in the study municipalities than in the other Dutch municipalities. The number of incidents, offences and crimes related to trafficking or manufacturing hard drugs was relatively low compared to the other categories of incidents and offences that were studied.

Illegal market

To gain insights into the illegal market for cannabis, we conducted a survey on cannabis transactions outside coffeeshops. The study team used an online survey based on self-selection of respondents who had purchased cannabis outside a coffeeshop. The survey covers purchases made in the last month in the study municipalities. It showed that price (70%), price-quality ratio (53%), being able to buy larger quantities than the maximum purchase amount of 5 grams per transaction (37%) and a fast delivery service (34%) were the main reasons for buying cannabis outside a coffeeshop. Respondents who buy cannabis outside a coffeeshop mainly made the purchase through a delivery service (40%). It also appeared that respondents mainly bought herbal cannabis (58%), whereas one in five respondents (20%) bought hashish and

another one in five purchased both weed and hash (22%). The types of weed and hash that were most purchased largely correspond to the results of the survey of coffeeshop visitors. Just like coffeeshop visitors, illegal buyers were satisfied with the cannabis product they bought outside the coffeeshop, both in terms of price-quality ratio, effects and taste/smell.

Respondents were asked how many grams of cannabis they bought outside a coffeeshop. Because the actual weight of the transaction may differ from what the dealer tells them, a photo card was used showing different volumes of cannabis. Respondents were asked to indicate which photo most closely corresponds to the amount of cannabis they purchased. A considerable difference (without a clear direction) was found between the self-reported weight and the weight estimated via the photo card. Outside the coffeeshop, people are not bound by the maximum sales quantity of up to five grams per transaction. Nevertheless, even on the illegal market, the total weight per transaction is usually limited. 62% (weed) and 70% (hash) of the transactions involved purchases of less than 10 grams. In less than a tenth of transactions, more than 50 grams were sold. The average price of a gram of weed outside the coffeeshop is € 7, while the average price for hashish is € 6.²⁹

In sum

Regarding their coffeeshop policies, the 19 research municipalities appear to be representative of the more than 100 Dutch municipalities with coffeeshops; they all have a maximum policy and have included the **AHOJG** criteria in the policy.

29 The average price paid in coffeeshops for a gram of domestic weed (*nederwiet*) was € 10.87. Grit, outdoor weed and import weed were cheaper, while US weed was more expensive. The average price paid in coffeeshops for a gram of import hashish was € 10.67. The average price for a gram of domestic hash (*nederhasj*) was € 14.37.

The menu card analysis showed that on average there is more weed than hash on the menus of coffeeshops. This is in line with findings from previous research that most cannabis consumers prefer weed over hash. In general, customers are (very) satisfied with the cannabis they buy in the coffeeshop. They are mainly satisfied with the high quality of the purchased product.

Almost two thirds of the surveyed coffeeshop customers scored high on risky 'cannabis use'. A relatively high percentage (almost a quarter) of visitors also appear to use cannabis always or mostly for medicinal purposes. Health incidents due to cannabis use are relatively rare.

This study shows that hardly any nuisance caused by the coffeeshop and/or its visitors is experienced in the immediate vicinity of the coffeeshop. This is in line with many studies on the quality of life in neighbourhoods around coffeeshops in recent years (such as the *Monitor ontwikkelingen coffeeshopbeleid*). For users buying cannabis outside the coffeeshop, the price and/or price-quality ratio seems to be a decisive factor for buying on the illegal market, i.e. outside coffeeshops. These purchases are mainly made from delivery services and more often involve cannabis than hashish. In general, respondents are satisfied with the product they bought outside the coffeeshop.

1 Inleiding

In deze rapportage worden de gehanteerde methoden en resultaten van de voormeting voor het onderzoek naar het Experiment Gesloten Coffeeshopketen (hierna: het experiment) beschreven. In deze voormeting ligt de nadruk op het in kaart brengen van de stand van zaken op het gebied van het cannabisgebruik, de (gedoogde) verkoop van cannabis vanuit coffeeshops en het bijbehorende beleid en de illegale verkoop van softdrugs.

De voormeting vond plaats van september 2021 tot april 2022. Deze voormeting heeft betrekking op tien interventiegemeenten (waarin de legaal geteelde cannabis zal worden geïntroduceerd) en negen vergelijkingsgemeenten (waar het reguliere aanbod zal blijven gelden) die deel uitmaken van het experiment. Omdat de introductie van de legaal geteelde en geleverde cannabis later zal plaatsvinden dan beoogd, is van september 2022 tot en met december 2022 een nieuwe meting verricht (de nulmeting). Na de voormeting (en nog voor de nulmeting) is de gemeente Haarlem toegevoegd aan de controlegroep, waardoor het aantal vergelijkingsgemeenten nu tien bedraagt. Deze tiende vergelijkingsgemeente is dus niet meegenomen in de voormeting.

Thema's die centraal staan in deze voormeting, zijn het aanbod en het gebruik van cannabis, daaraan gerelateerde overlast en criminaliteit en de aan cannabisgebruik

en -beleid gerelateerde volksgezondheid. Deze voormeting is uitgevoerd en gerapporteerd door Breuer&Intraval, RAND Europe en het Trimbos-instituut in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC). Het onderzoek is aangevraagd door het ministerie van Justitie en Veiligheid (J&V) en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS).

1.1. Het Nederlandse drugs- en coffeeshopbeleid

In de in 1995 verschenen nota 'Het Nederlands drugsbeleid; continuïteit en verandering' wordt de centrale doelstelling van het Nederlandse drugsbeleid benoemd. Deze luidt: 'het voorkomen dan wel beperken van de risico's van drugsgebruik voor het individu, zijn directe omgeving en de samenleving' (ministeries van VWS, Justitie en BZ, 1995). Dit betekent concreet dat zowel landelijk als lokaal wordt beoogd dat:

- de markt voor softdrugs van de markt voor harddrugs gescheiden blijft
- overlast en verstoring van de openbare orde zo veel mogelijk worden beperkt en beheersbaar blijven
- gezondheidsrisico's, met name voor jongeren, door middel van preventie en voorlichting zo veel mogelijk worden beperkt.

Om hier invulling aan te geven, wordt in Nederland voor de verkoop van cannabisproducten in coffeeshops vooralsnog een gedoogbeleid gevoerd. Dit houdt in dat er niet wordt opgetreden tegen coffeeshops die een gedoogvergunning of verklaring van de gemeente hebben, zolang zij zich aan de landelijke (AHOJG-I) en lokaal vastgestelde criteria houden. De criteria luiden als volgt:

- Geen **A**ffichering: dit betekent geen reclame anders dan een summiere aanduiding op de betreffende lokaliteit.
- Geen **H**arddrugs: dit betekent dat geen harddrugs voorhanden mogen zijn en/of verkocht mogen worden.
- Geen **O**verlast: onder overlast kan worden verstaan parkeeroverlast rond de coffeeshop, geluidshinder, vervuiling en/of voor of nabij de coffeeshop rondhangende klanten.
- Geen verkoop aan **J**eugdigen en geen toegang aan jeugdigen tot een coffeeshop, waarbij is gekozen voor een strikte handhaving van de leeftijdsgrens van 18 jaar.
- Geen verkoop van **G**rote hoeveelheden per transactie: dat wil zeggen hoeveelheden groter dan geschikt voor eigen gebruik (= vijf gram). Onder transactie wordt begrepen alle koop en verkoop in één coffeeshop op eenzelfde dag met betrekking tot eenzelfde koper.

Naast de AHOJG-criteria geeft het College van procureurs-generaal aan dat een coffeeshop een alcoholvrije horecagelegenheid is en dat in het lokale driehoeksoverleg de maximale handelsvoorraad van coffeeshops kan worden vastgesteld. De voorraad mag echter niet de 500 gram te boven gaan. Lokaal kunnen

aanvullende criteria voor het coffeeshopbeleid worden vastgesteld. Daarnaast is in 2013 het I-criterium toegevoegd, dat stelt dat alleen ingezetenen van Nederland toegang hebben tot de coffeeshop en dat uitsluitend aan ingezetenen van Nederland softdrugs kunnen worden verkocht.³⁰

1.2. De 'gesloten coffeeshopketen'

In de loop der jaren komt er vanuit het lokaal bestuur steeds meer kritiek op de inrichting van het Nederlandse systeem ten aanzien van softdrugs. In november 2015 verschijnt hierover het rapport 'Het failliet van het gedogen', waarin de bestuurlijke werkgroep cannabisbeleid pleit voor een vernieuwd softdrugsbeleid (Bestuurlijke werkgroep modernisering cannabisbeleid, 2015). Het huidige gedoogbeleid zou een effectieve aanpak van de problematiek rond coffeeshops in de weg staan. De werkgroep meent dat het huidige beleid onvoldoende mogelijkheden biedt om de volksgezondheid te beschermen. Ook overlast en onveiligheid als gevolg van de cannabisproductie- en handel en de daarbij betrokken georganiseerde criminaliteit worden in het rapport als problemen benoemd. Een cannabiswet met strikte regels voor de verkoop én de productie van cannabis zou noodzakelijk zijn om tot een oplossing voor deze problemen te komen.

Vanaf dat moment raakt het idee om naast de verkoop van cannabis ook de teelt wettelijk te gaan gedogen in een stroomversnelling. In september 2016 wordt een wetsvoorstel ingediend door het Tweede Kamerlid Bergkamp (D66) over de introductie van een 'gesloten coffeeshopketen' (Tweede Kamer, 2015). De kern van het wetsvoorstel is dat het – door enkele aanpassingen van de Opiumwet

30 Het I-criterium wordt in de praktijk niet in alle gemeenten gehandhaafd, waardoor in deze gemeenten niet-ingezetenen toegang hebben tot coffeeshops.

– mogelijk wordt voor bedrijfsmatige telers van cannabis een ontheffing van de Opiumwet te krijgen van de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), mits zij zich aan bepaalde voorwaarden houden. De indiener tracht met het wetsvoorstel een oplossing te bieden voor de vermeende gezondheidsrisico's en de (openbare-orde) problemen die zich zouden voordoen rondom de teelt van cannabis en de aflevering daarvan aan coffeeshops, de zogenoemde achterdeurproblematiek. Op 21 februari 2017 wordt het voorstel na hoofdelijke stemming aangenomen door de Tweede Kamer.

Uit het in oktober 2017 gepresenteerde regeerakkoord van het kabinet-Rutte III blijkt dat er eerst met het systeem zal worden geëxperimenteerd, voordat wordt besloten of de gesloten coffeeshopketen landelijk kan worden ingevoerd. Er staat te lezen dat er wet- en regelgeving komt ten behoeve van uniforme experimenten met het gedoogd telen van cannabis voor recreatief gebruik, met als doel te bezien of en hoe op kwaliteit gecontroleerde cannabis gedecriminaliseerd aan de coffeeshops kan worden toegeleverd en wat de effecten hiervan zijn (Regeerakkoord, 2017).

1.3. Het experiment met de gesloten coffeeshopketen

Om het nut en de haalbaarheid van een mogelijk experiment met de gesloten coffeeshopketen in kaart te brengen, wordt in maart 2018 de adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen ingesteld onder voorzitterschap van prof. dr. A. Knottnerus (hierna: 'commissie-Knottnerus'). Deze commissie adviseert op verzoek van de minister van Justitie en Veiligheid (J&V) en

de minister voor Medische Zorg en Sport (MZS) over de inrichting van het experiment. Ook brengt de commissie advies uit over de voorwaarden waaraan het beoogde experiment zou moeten voldoen. Op 20 juni 2018 wordt het eerste advies gepresenteerd (Adviescommissie experiment gesloten cannabisketen, 2018). De commissie concludeert dat het experiment met een gesloten cannabisketen nuttig en haalbaar is. Wel stelt de uitvoering ervan hoge eisen aan teelt, distributie, verkoop, preventie en toezicht. Daarom zouden duidelijke voorwaarden moeten worden gesteld aan de ketenpartners ten aanzien van kwaliteit, veiligheid en integriteit. Ook zijn een gedegen procesevaluatie en vergelijkend effectonderzoek nodig.

Op 22 januari 2019 wordt het wetsvoorstel 'Wet experiment gesloten coffeeshopketen' door de Tweede Kamer aangenomen. Op 11 april 2019 volgt het ontwerpbesluit voor de inrichting van het experiment, waarbij in een brochure de spelregels voor deelname aan het experiment, onder meer voor gemeenten, op een rij worden gezet (Ministeries van J&V en VWS, 2019). Gemeenten hebben tot 10 juni 2019 de tijd om hun belangstelling voor deelname aan het experiment kenbaar te maken. Later in 2019 verschijnt een advies van de commissie-Knottnerus over de deelnemende gemeenten (Adviescommissie experiment gesloten cannabisketen, 2019). Daarin worden tien gemeenten genomineerd om deel te uit te maken van het experiment; de zogenoemde interventiegemeenten. Dit zijn: Almere, Arnhem, Breda, Groningen, Heerlen, Hellevoetsluis, Maastricht, Nijmegen, Tilburg en Zaanstad.

Op 12 november 2019 stemt een meerderheid van de Eerste Kamer voor het wetsvoorstel. Daarmee wordt een belangrijke stap gezet

om het experiment mogelijk te maken. Bekend wordt dat aspirant-telers die willen deelnemen aan het experiment vanaf 1 juli 2020 een aanvraag daarvoor kunnen indienen (Van Rijn en Grapperhaus, 2020). Per die datum start de zogenoemde voorbereidende fase van het experiment. Uiteindelijk dienen 147 aspirant-telers een aanvraag in voor het telen van hennep voor coffeeshops in de tien interventiegemeenten. In de periode daarna worden de aanvragen getoetst op volledigheid en worden ze inhoudelijk beoordeeld. Op 3 december 2020 vindt een loting plaats om te bepalen welke aspirant-telers, die een aanvraag hebben ingediend en door de selectie zijn gekomen, aan het experiment mogen deelnemen. Er worden tien aspirant-telers ingeloot, die een integriteitsonderzoek moeten doorlopen (Van Ark en Grapperhaus, 2021). Medio 2021 zijn de eerste telers aangewezen. Vanaf dat moment is het wachten op de start van de overgangs- en experimenteerfase. De overgangsfase kan starten zodra de kwantiteit, kwaliteit en diversiteit van de geproduceerde cannabis voldoende is om de coffeeshops te kunnen bevoorraden. De experimenteerfase start zes weken na de start van de overgangsfase. Zodra de experimenteerfase van start is gegaan mogen coffeeshops in de interventiegemeente uitsluitend het gereguleerde aanbod verkopen.

In het regeerakkoord van Rutte IV is vervolgens vastgelegd dat het experiment zou worden uitgebreid met 'een grote stad' (Regeerakkoord, 2021). Inmiddels is bekend dat Amsterdam mogelijk met een stadsdeel zal deelnemen aan het experiment. Ten slotte bleek tijdens hetzelfde Kamerdebat dat de ministers van J&V en van VWS hebben besloten tot de introductie van een zogenaamde aanloopfase in het experiment. Tijdens die aanloopfase kan er op kleine

schaal eerder gestart worden met de levering aan coffeeshops. Het doel van de aanloopfase is om de geslotenheid van de keten en alle processen en systemen die hierbij komen kijken op kleine schaal te testen, zodat de start in alle tien de gemeenten soepeler kan verlopen. De aanloopfase zal van start gaan in de interventiegemeenten Breda en Tilburg en het streven is dat deze maximaal zes maanden zal duren, waarna alle andere gemeenten ook starten.

1.4. Internationale ontwikkelingen

Nederland is niet het enige land waar zich ontwikkelingen voordoen op dit gebied. Ook in verschillende andere Europese landen, waaronder Luxemburg, Malta en Duitsland, zijn voorstellen ingediend (en aangenomen) voor de regulering van recreatieve cannabis.³¹ In Zwitserland is in 2021 wetgeving ontwikkeld en ingevoerd die pilotstudies mogelijk maakt, onder andere om de impact te onderzoeken van de verkoop van gereguleerde cannabis via verschillende verkoopkanalen, zoals apotheken, social clubs, non-profit winkels of online (webshops). Uruguay, Canada en 21 Amerikaanse staten plus Washington DC en drie andere regio's hebben het (recreatief) gebruik van cannabis gelegaliseerd. De gevolgen van legalisering in deze landen worden langzamerhand duidelijk, hoewel het in veel gevallen nog voorbarig is om definitieve conclusies te trekken. Duidelijk is dat er afgezien van directe effecten op bijvoorbeeld consumptie en prijs van cannabis, ook indirecte en (onbedoelde) neveneffecten een rol spelen.

In enkele studies wordt een overzicht gegeven van de wetenschappelijke inzichten ten aanzien van de gevolgen van recente wijzigingen in cannabisbeleid in met name de Verenigde Staten (Hall et al., 2019; Chiu et al. 2021; Pardo

31 Zie: Policies for regulating cannabis supply in Europe and the US: the need for appropriate monitoring and evaluation | Lisbon Addictions 2022.

et al., 2020). Hoewel de langetermijneffecten van legalisering op de volksgezondheid – ondanks een toename in het aantal wetenschappelijke publicaties hierover – nog steeds onduidelijk zijn, kunnen enkele ontwikkelingen worden onderscheiden. Dit betreft onder meer een sterke daling van de verkoopprijs van legale cannabis, een toename van cannabisconsumptie onder volwassenen en de opkomst van sterkere wiet met een hoger gehalte tetrahydrocannabinol (THC), het belangrijkste psychoactieve bestanddeel in cannabis. Ook een toename in verkeersongevallen en gezondheidsincidenten wordt gerapporteerd, maar de resultaten zijn niet consistent. Zo meldden Chung et al. (2019) een relatieve toename van het aantal ziekenhuisopnames van patiënten met traumatisch letsel, die positief op cannabis testten na legalisering in Colorado ten opzichte van omringende staten die het cannabisbeleid niet gewijzigd hadden. Anderzijds vonden Aydelotte et al. (2017) geen grotere veranderingen in het aantal verkeersdoden in Washington en Colorado ten opzichte van staten die niet hadden gelegaliseerd, en vond Sevigny (2018) ook geen bewijs voor een effect van legalisering op het aandeel betrokkenen bij een dodelijk ongeval dat onder invloed van cannabis was. Bovendien zijn slechts in beperkte mate onderzoeksgegevens beschikbaar om causaliteit aan te tonen tussen legalisering en de eventuele gevolgen.

Het experiment met een gesloten coffeeshopketen in Nederland is een uitgelezen gelegenheid om in een vroeg stadium onderzoeksgegevens te verzamelen over de mogelijke effecten van wijzigingen in het cannabisbeleid. Dat hierbij voor een proef in een klein aantal middelgrote steden is gekozen, betekent dat de gevolgen en eventuele ongewenste effecten van een gewijzigd cannabisbeleid onder (quasi-)experimentele omstandigheden kunnen worden gemonitord en geëvalueerd.

1.5. Begeleidend onderzoek

Het Experiment Gesloten Coffeeshopketen wordt begeleid door een onafhankelijk evaluatie- en monitoringsonderzoek, dat wordt uitgevoerd door een consortium bestaande uit Breuer&Intraval, RAND Europe en Trimbos-instituut. Het onderzoek moet in kaart brengen in hoeverre en op welke wijze het mogelijk is om een gesloten keten te creëren, waarbij uitsluitend op kwaliteit gecontroleerde cannabis – zonder inmenging van criminelen – aan coffeeshops wordt geleverd. Ook moet het onderzoek eventuele effecten van deze gesloten keten op ontwikkelingen op het gebied van openbare orde, veiligheid en volksgezondheid aan het licht brengen.

Het (voor)onderzoek is uitgevoerd in de tien geselecteerde interventiegemeenten (experimentele groep), te weten Almere, Arnhem, Breda, Groningen, Heerlen, Hellevoetsluis, Maastricht, Nijmegen, Tilburg en Zaanstad. In deze gemeenten zal de gesloten coffeeshopketen op termijn zijn intrede doen en zal worden geëxperimenteerd met de verkoop van legaal geteelde en op kwaliteit gecontroleerde cannabis. Ook heeft het onderzoeksteam voor dit (voor)onderzoek negen vergelijkingsgemeenten (controlegroep) geselecteerd: Enschede, Helmond, Leeuwarden, Leiden, Lelystad, Roermond, Tiel, Utrecht en Zutphen. Daar blijft de huidige gedoogsituatie gehandhaafd en wordt de interventie niet ingevoerd.

Tiende vergelijkingsgemeente

Zoals gezegd, is na de voormeting en voor de nulmeting Haarlem als tiende vergelijkingsgemeente toegevoegd aan de controlegroep. Over deze gemeente zijn ten tijde van de voormeting geen data verzameld en wordt dus niet gerapporteerd. Het toevoegen van deze gemeente is een reactie op de berichtgeving in het coalitieakkoord van Rutte IV, dat de coalitie voornemens is het experiment (en dus de experimentele groep van dit onderzoek) uit te breiden met 'een grote stad'. Om te voorkomen dat de onderzoeksgroepen in de toekomst niet meer vergelijkbaar zouden zijn, is het toevoegen van een gemeente met een relatief hoog inwonertal en een hoog aantal coffeeshops noodzakelijk geacht door zowel de onderzoekers als de evaluatie- en begeleidingscommissie.

Het onderzoek bestaat uit vier fasen:

- Een **voormeting** voorafgaand aan de nulmeting, waarmee de huidige stand van zaken op het gebied van cannabis en coffeeshops in kaart wordt gebracht. Deze meting vond plaats in 2021 en was eerst als nulmeting gepland. Maar door uitstel van de start van het experiment en de voornoemde uitbreiding van de controlegroep, is deze meting niet meer als nulmeting voor het experiment te gebruiken. Vandaar dat gekozen is voor de term 'voormeting'.
- Een **nulmeting** in 2022 voorafgaand aan de introductie van legaal geteelde en

geleverde cannabis, waarbij enerzijds de gedachtegang achter de aanstaande beleidswijziging in kaart wordt gebracht en anderzijds data worden verzameld die dienen als 'baseline' waartegen de resultaten van de vervolgmetingen kunnen worden afgezet.

- Een vier jaar durende **monitoringsfase**, die start na de introductie van legaal geteelde en geleverde cannabis en dient om de cijfermatige ontwikkelingen inzichtelijk te maken.
- Een **evaluatiefase** vanaf ongeveer 2,5 jaar na introductie van legaal geteelde en geleverde cannabis, aan de hand waarvan uitspraken kunnen worden gedaan over de totstandkoming van de cijfermatige ontwikkelingen c.q. de mate waarin de doelstellingen van het experiment zijn bereikt.

De onderzoeksfasen dienen inzicht te bieden in de aan het experiment gerelateerde ontwikkelingen in de interventiegemeenten (waarin de legaal geteelde cannabis wordt geïntroduceerd) en de vergelijkingsgemeenten (waar het reguliere aanbod zal blijven gelden). Tijdens alle onderzoeksfasen zal aandacht zijn voor een groot aantal onderwerpen c.q. invalshoeken. Dit betreft de teelt, de distributie, het aanbod, de samenstelling, het gebruik van cannabis, overlast in de directe omgeving van coffeeshops, de illegale verkoop van cannabisproducten, het coffeeshop- en softdrugstoerisme in gemeenten, aan cannabis gerelateerde gezondheidseffecten en de samenwerking tussen betrokken partijen.

1.6. In deze voormeting

In dit rapport doen we verslag van de voormeting. Daarvoor zijn tussen september 2021 en april 2022 in zowel de interventiegemeenten als in de vergelijkingsgemeenten onderzoeksactiviteiten uitgevoerd, waaronder in en rondom de coffeeshops.³² De afname is in deze periode in november, december en januari gestaakt in verband met aangescherpte coronamaatregelen. Hoewel in beide onderzoeksgroepen activiteiten zijn uitgevoerd, worden in deze voormeting alleen de totaalresultaten van beide onderzoeksgroepen tezamen gerapporteerd. De reden hiervoor is dat, zoals gezegd, in reactie op het coalitieakkoord van Rutte IV wordt aangegeven dat de coalitie voornemens is het experiment uit te breiden met een grote stad (Regeerakkoord, 2021). Op het moment van publicatie is bekend dat het ministerie gesprekken voert met de gemeente Amsterdam over mogelijke deelname aan het experiment (Kuipers en Yesilgöz-Zegerius 2023). De samenstelling van de onderzoeksgroepen is bij de voormeting dus nog niet definitief en het toevoegen van de tiende vergelijkingsgemeente aan het onderzoek maakt deze meting niet bruikbaar als nulmeting. Tijdens de voormeting is ook nog geen zicht op de start van de overgangsen experimenteerfase, omdat nog onduidelijk is wanneer de telers voldoende cannabis kunnen leveren.

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden, zijn diverse onderzoeksactiviteiten verricht. Deze kunnen grofweg in drie categorieën worden ondergebracht: 1) activiteiten die in de coffeeshops hebben plaatsgevonden, te

weten een menukaartanalyse en het afnemen van enquêtes bij coffeeshopbezoekers, 2) activiteiten die rondom de coffeeshops zijn uitgevoerd, zoals tellingen van het aantal coffeeshopbezoeken en het afnemen van enquêtes bij omwonenden/omwerkenden van coffeeshops, en 3) activiteiten op afstand (van achter het bureau) zoals het inventariseren van gemeentelijk coffeeshopbeleid, het uitzetten van een longitudinale online enquête over het kopen van softdrugs op de illegale markt en het analyseren van cijfermatige systeemkennis. In hoofdstuk 4 worden de onderzoeksactiviteiten en gehanteerde methode uitgebreider besproken.

Voor elk van deze activiteiten zullen beschrijvende resultaten gepresenteerd worden die de stand van zaken in en buiten de coffeeshops weergeven. Ook worden de resultaten uit deze verschillende activiteiten met elkaar gecombineerd en vergeleken binnen de thema's. Als blijkt dat resultaten uit meerdere activiteiten met elkaar overeenkomen binnen een thema, dan versterkt dit de betrouwbaarheid en validiteit van de uitspraak en zal dit ook als zodanig worden gerapporteerd. Andersom kunnen resultaten uit de ene bron leiden tot andere conclusies dan resultaten uit een andere bron. Bij tegenstrijdige conclusies uit meerdere activiteiten binnen één thema zullen hierbij kanttekeningen geplaatst worden.

32 Het veldwerk stond eerst gepland voor het najaar (van september tot december) van 2021. Door de coronapandemie heeft dit echter enige tijd gedwongen stilgelegen. Na opschorting van de coronamaatregelen is het veldwerk in 2022 hervat en in april van dat jaar afgerond.

Probleemstelling en onderzoeksvragen

Bij deze voormeting (T_{-1}) is ervoor gekozen om af te wijken van de onderzoeksvragen van het reguliere onderzoeksdesign (T_0 tot en met T_4). Het grote aantal onderzoeksvragen van het reguliere onderzoeksdesign is als geheel gericht op het inzichtelijk maken van de doelstellingen van het experiment en het vervolgens door middel van data uit verschillende bronnen nagaan of het lukt om deze doelen te verwezenlijken. Zo komen bij de nulmeting ook onderzoeksvragen aan bod over de implementatie van het experiment, de ervaren knelpunten daarbij en de verwachtingen van de betrokken stakeholders. De voormeting waar we in dit rapport verslag van doen, dient echter een ander doel, namelijk het in kaart brengen van de huidige stand van zaken, volledig los van het experiment en de implementatie daarvan. Voor deze voormeting wordt daarom volstaan met een selectie van onderzoeksvragen.

De probleemstelling van deze voormeting luidt als volgt:

Wat is (in de periode september 2021 tot april 2022) de stand van zaken in de onderzoeksgemeenten (interventie- en vergelijkingsgemeenten tezamen) op het gebied van a) coffeeshops en het bijbehorende beleid, b) het aanbod en gebruik van cannabisproducten, c) de aan cannabis gerelateerde overlast en illegale markt, en d) de volksgezondheid, voorafgaand aan de introductie van de aanlevering van legaal geteelde en op kwaliteit gecontroleerde cannabis aan coffeeshops via een gesloten keten?

Deze probleemstelling valt gezien de brede scope van het onderzoek en deze voormeting uiteen in de volgende onderzoeksvragen:

a. Coffeeshops en beleid

1. Welk beleid voeren de onderzoeksgemeenten ten aanzien van coffeeshops?
2. Welke onderzoeksgemeenten hanteren het ingezetenen criterium (I-criterium) en hoe wordt dit gehandhaafd?

b. Aanbod en gebruik

3. Hoeveel bezoekers trekken de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
4. Hoeveel cannabis kopen klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
5. Hoe ziet het aanbod van cannabis eruit in de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
6. Hoe zijn de klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten te typeren?
7. Hoeveel cannabis gebruiken klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
8. Hoe ervaren klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten het aanbod (prijs, kwaliteit, variëteit) van cannabis in coffeeshops?

c. Overlast en illegale markt

9. In hoeverre is er sprake van cannabisgerelateerde overlast in de onderzoeksgemeenten?
10. Wat zijn de voornaamste redenen voor cannabisgebruikers om wiet of hasj op de niet-gedoogde (illegale) markt te kopen?

11. In welke transactievolumes en voor welke prijs wordt cannabis op de niet-gedoogde markt aangeschaft en hoe verhoudt dit zich tot transacties in de coffeeshops?
12. Hoe ervaren cannabisconsumenten het aanbod (prijs-kwaliteitverhouding en effecten) van cannabis op de illegale markt van de onderzochte gemeenten?

d. Volksgezondheid

13. In hoeverre is sprake van problematisch cannabisgebruik onder bezoekers van de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
14. Hoe vaak hebben bezoekers van de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten gezondheidsincidenten ervaren in het afgelopen jaar?

Invloed uitbraak Covid-19

De dataverzameling heeft plaatsgevonden tussen september 2021 en april 2022. In deze periode waren er verschillende maatregelen van kracht in verband met de wereldwijde uitbraak van Covid-19. Voor een overzicht van de maatregelen verwijzen we naar de website van het RIVM.^{33,34} Alle pakketten van maatregelen hadden als doel verdere verspreiding van het virus te voorkomen door het aantal contactmomenten tussen mensen te verminderen. Als gevolg van de maatregelen heeft de dataverzameling in het veld ook een tijd stilgelegen (van november 2021 tot en met februari 2022).

Uiteraard zijn de uitbraak van Covid-19 en de bijbehorende maatregelen van invloed geweest op de resultaten van deze voormeting. In de eerste plaats heeft het onderzoek plaatsgevonden in een zeer bijzondere periode, waarin sprake was van een zeer impactvolle wereldwijde gebeurtenis. In combinatie met beperkende maatregelen kan dit erin hebben geresulteerd dat respondenten ander gedrag hebben vertoond of andere antwoorden hebben gegeven dan wanneer zij in een meer reguliere setting waren geobserveerd of bevraagd. Het meest pregnante voorbeeld daarvan is het meer of minder vaak bezoeken van coffeeshops (deze bleven geopend, maar alleen met een afhaalfunctie). Daarnaast kunnen de resultaten tussen gemeenten verschillen, omdat sommige gemeenten gedurende een strenger maatregelenpakket zijn bezocht dan andere. Bij strengere maatregelen – en dus minder mensen in de openbare ruimte – mag bijvoorbeeld worden verwacht dat respondenten minder overlast rapporteren dan wanneer er meer mensen in de openbare ruimte aanwezig kunnen zijn.

Het is niet mogelijk deze invloed te corrigeren in dit onderzoek; er kan alleen rekening mee worden gehouden bij de interpretatie van de resultaten. We benadrukken dan ook dat de meting in dit onderzoek een voormeting betreft, die niet als nulmeting kan worden gebruikt. Wel geeft de voormeting inzicht in het landschap waarin het experiment als interventie landt, hetgeen ons helpt bij de interpretatie van de nog te verrichten metingen.

33 Zie: <https://www.rivm.nl/gedragsonderzoek/tijddijn-van-coronamaatregelen-2021>

34 Zie: <https://www.rivm.nl/gedragsonderzoek/tijddijn-maatregelen-covid-2022>

1.7. Leeswijzer

Hierna behandelen we achtereenvolgens het onderzoeksdesign en de selectie van de onderzoeksgemeenten (hoofdstuk 2) en de onderzoeksactiviteiten en -methoden (hoofdstuk 3). Het aanbod in de coffeeshops wordt in hoofdstuk 4 beschreven. In hoofdstuk 5 besteden we aandacht aan de bezoekers van de coffeeshops, waarna we ingaan op de

situatie rondom de coffeeshops (hoofdstuk 6). De situatie rond coffeeshops wordt vervolgens verder uitgediept (hoofdstuk 7), waar we de hierover beschikbare registratiegegevens analyseren. Daarna komt de situatie op de illegale markt aan bod (hoofdstuk 8). Het rapport wordt afgesloten met onze conclusies (hoofdstuk 9).

2 Onderzoeksdesign, onderzoeksgemeenten en beleid

Kernpunten van dit hoofdstuk

- Er wordt gebruik gemaakt van een quasi-experimenteel onderzoeksdesign waarbij twee onderzoeksgroepen met elkaar worden vergeleken. We hanteren daarbij een 'mixed-methods' aanpak, waarbij de opbrengsten van de verschillende methoden in samenhang worden gezien door middel van kruisvalidatie. Omdat de samenstelling van de groepen gemeenten nog niet definitief is, analyseren we bij de voormeting alle onderzoeksgemeenten gezamenlijk en niet per groep.
- De commissie-Knottnerus heeft tien gemeenten genomineerd voor deelname aan het experiment al interventiegemeente. De onderzoekers hebben negen vergelijkingsgemeenten geselecteerd. Inmiddels is dus Haarlem als tiende vergelijkingsgemeente aan het onderzoek toegevoegd, maar over deze gemeente zijn geen gegevens verzameld bij de voormeting.
- Alle 19 onderzoeksgemeenten bij de voormeting hanteren een maximumbeleid, waarbij het aantal coffeeshops een vastgesteld maximum niet mag overschrijden. Alle gemeenten hebben tevens de AHOJG-criteria en de maximale handelshoeveelheid in het beleid opgenomen; 16 ervan hebben ook het I-criterium in het beleid opgenomen (waarvan één gemeente dit criterium handhaaft met hoge prioriteit en vier met lage prioriteit. De overige elf gemeenten handhaven het I-criterium niet actief).

Om de ontwikkelingen na de introductie van de gesloten coffeeshopketen te kunnen volgen en duiden, wordt gebruik gemaakt van een experimenteel design waarin twee onderzoeksgroepen met elkaar worden vergeleken. Bij het Experiment Gesloten Coffeeshopketen is ervoor gekozen om deze onderverdeling op gemeenteniveau te organiseren. In dit hoofdstuk beschrijven we het design, de karakteristieken van de deelnemende gemeenten en hoe deze eigenschappen een rol hebben gespeeld bij de selectie van de vergelijkingsgemeenten. Ook gaan we in het op het door de

interventie- en vergelijkingsgemeenten gevoerde coffeeshopbeleid. Daarbij komen beleidstypen en handhavingsbeleid aan bod. Er is speciale aandacht voor de handhaving van het ingezetenencriterium in de deelnemende gemeenten.

Hoewel ons onderzoeksdesign is gebaseerd op een vergelijking tussen de groep interventiegemeenten en de groep vergelijkingsgemeenten, zullen we de deelnemende gemeenten in de voormeting nog als geheel beschouwen en niet specifiek inzoomen op de verschillen en overeenkomsten tussen beide onderzoeksgroepen. De

belangrijkste reden hiervoor is dat ten tijde van de dataverzameling de samenstelling van de twee onderzoeksgroepen mogelijk nog niet definitief was. Na de voormeting en voor de nulmeting is namelijk Haarlem als tiende vergelijkingsgemeente toegevoegd aan de controlegroep. Over deze gemeente zijn ten tijde van de voormeting geen data verzameld en wordt dus niet gerapporteerd. Het toevoegen van deze gemeente is een reactie op de berichtgeving in het coalitieakkoord van Rutte IV, dat de coalitie voornemens is het experiment (en dus de experimentele groep van dit onderzoek) uit te breiden met 'een grote stad'. Het feit dat het een voormeting (en dus nog geen nulmeting) betreft, maakt dat het nu al inzichtelijk maken van verschillen tussen de twee groepen onnodig verwarrend en irrelevant is. Het doel van deze voormeting – het in kaart brengen van de stand van zaken van aspecten waar de introductie van de gesloten coffeeshopketen mogelijk merkbaar zou kunnen zijn – is ook haalbaar zonder deze vergelijkingen in dit rapport te benoemen.

2.1. Quasi-experimenteel onderzoeksdesign

Internationaal wordt steeds vaker de effectiviteit van oplossingsrichtingen voor maatschappelijke problemen onderzocht. Deze trend richting een meer 'experiment-based public policy' vindt zijn oorsprong in de medische wetenschap ('evidence-based medicine'). Met name in de Verenigde Staten en Groot-Brittannië worden geregeld gerandomiseerde experimenten met controlegroep, zogenoemde 'randomised controlled trials' (RCT's), opgestart om de effecten van innovaties in onderwijs, criminaliteitsbestrijding, ontwikkelingshulp, werkgelegenheid of andere beleidsvelden te meten (Pearce et al., 2014; Carlson, 2011). Hoewel er ook kritiek klinkt op deze ontwikkeling, worden RCT's over het algemeen gezien als de gouden standaard voor het evalueren van beleidsinterventies (Ettelt et al., 2015).

In experimentele onderzoeksdesigns zoals RCT's wordt het effect van een of meer onafhankelijke variabelen op een afhankelijke variabele onderzocht. De behandeling of interventie wordt toegepast op de onafhankelijke variabele(n). Er zijn twee groepen proefpersonen in een experiment: de experimentele groep (i.c. interventiegemeenten) en de controlegroep (i.c. vergelijkingsgemeenten). Door de experimentele groep te vergelijken met de controlegroep, zijn omgevingsfactoren te onderscheiden en daardoor de effecten te isoleren die exclusief aan de interventie toegeschreven kunnen worden. Kenmerkend voor deelnemers aan het experiment is dat zij willekeurig (*random*) worden toegewezen aan de experimentele of de controlegroep, hetgeen bijdraagt aan de interne validiteit en het zodoende mogelijk maakt causale verbanden te leggen (Asgari & Nunes, 2011). Aangezien de onderzoeker controle heeft over de omstandigheden van het experiment, kan beïnvloeding geminimaliseerd worden en kunnen waargenomen veranderingen in de afhankelijke variabele worden toegeschreven aan de behandeling of interventie.

In het Experiment Gesloten Coffeeshopketen is het niet mogelijk een volledig experimenteel ontwerp toe te passen, omdat de interventiegemeenten en deelnemende coffeeshops niet willekeurig gekozen zijn. Dus is de evaluatiemethode voor het meten van effecten in het beste geval quasi-experimenteel. Quasi-experimentele ontwerpen worden veel gebruikt en zijn vooral nuttig voor het begrijpen van de impact van beleid op gedragspatronen (en veel minder in een laboratoriumomgeving) (Grant & Wall, 2008; Handley et al., 2018; Duflo & Kremer, 2005). Het ontbreken van randomisatie betekent echter dat er altijd een bepaalde mate van onzekerheid zal blijven ten aanzien van het toewijzen van causaliteit tussen interventie en effecten. Het gebrek aan controle over de omstandigheden betekent bovendien dat factoren die geen verband houden met het

experiment (bijvoorbeeld veranderingen in de illegale cannabismarkt), de uitkomsten kunnen beïnvloeden.

Schematische weergave

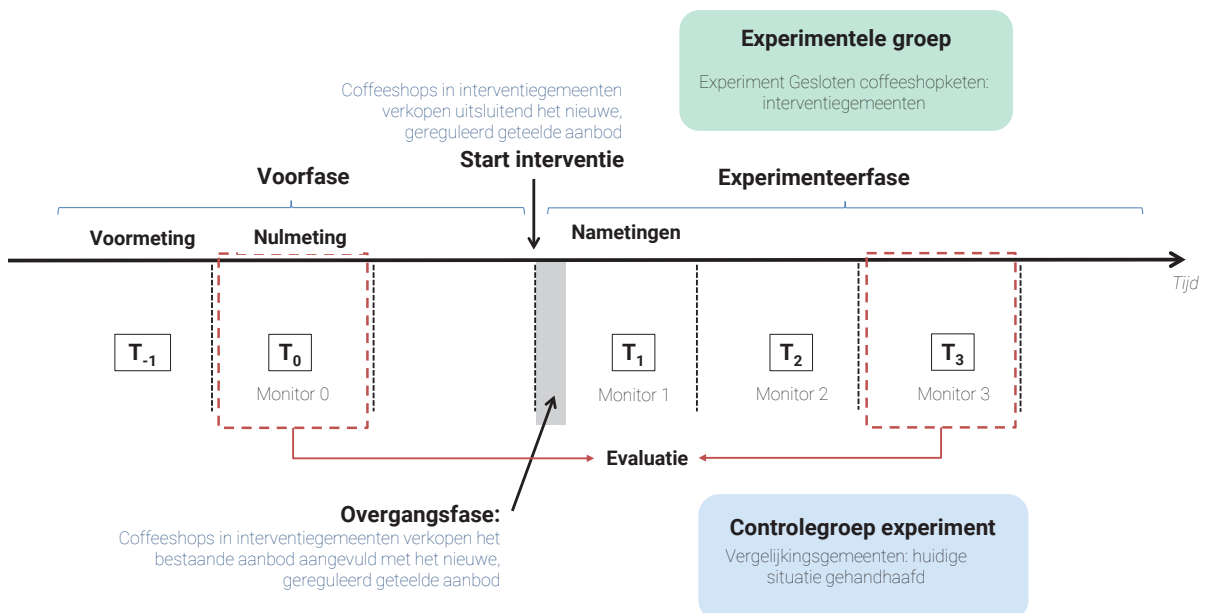
Figuur 2.1 is een schematische weergave van het onderzoeksdesign, waarbij de resultaten in de interventie- en vergelijkingsgemeenten worden gemeten vóór (T_{-1} en T_0) en in verschillende fasen na (T_1 , T_2 en T_3) de start van het experiment. Op T_{-1} en T_3 vindt uitgebreide gegevensverzameling plaats voor de evaluatie van het experiment. Daarnaast zullen er gegevens verzameld worden om het experiment te monitoren (T_0 tot en met T_2); deze gegevensverzameling is minder omvangrijk. Het monitoren gebeurt elk jaar om bij te houden hoe de situatie zich ontwikkelt. De gegevens die hierbij worden verzameld, zullen helpen de onderzoeksvragen in hoofdlijnen te beantwoorden. De meer omvangrijke

dataverzameling voor de evaluatie die tijdens de voormeting (T_{-1}) en T_3 wordt uitgevoerd, draagt bij aan het gedetailleerder beantwoorden van de onderzoeksvragen. De evaluatie vindt plaats 2,5 jaar na de start van de interventie.

De quasi-experimentele opzet zorgt voor een vergelijking tussen gemeenten met coffeeshops die onder de experimentele omstandigheden hebben geopereerd (oftewel de experimentele groep) en gemeenten met coffeeshops die onder de bestaande situatie hebben geacteerd (oftewel de controlegroep). Gegevens voor dit onderzoek zullen worden verzameld uit een veelvoud aan bronnen en aan de hand van meerdere methoden en technieken.

We merken op dat de in dit rapport besproken voormeting formeel gezien geen onderdeel is van het onderzoeksdesign, maar uitsluitend dient ter voorbereiding van de nulmeting en helpt bij de interpretatie van de resultaten van latere metingen.

Figuur 2.1 Schematische weergave quasi-experimenteel onderzoeksdesign



2.2. Karakteristieken onderzoeksgemeenten

Voordat we de gehanteerde methoden bespreken (hoofdstuk 3), gaan we in op de karakteristieken van de gemeenten waarover data zijn verzameld voor de voormeting van dit onderzoek. Enerzijds gaat het om tien interventiegemeenten, die zijn geselecteerd door de commissie-Knottnerus (de zogenoemde experimentele groep). In deze gemeenten wordt de gesloten coffeeshopketen straks geïmplementeerd. Anderzijds heeft het onderzoeksteam enkele gemeenten geselecteerd en verzocht om als vergelijkingsgemeenten te fungeren in het onderzoek. De gemeenten die welwillend op dit verzoek hebben gereageerd, vormen de zogenoemde controlegroep. In deze gemeenten worden dezelfde ontwikkelingen gevolgd als in de interventiegemeenten, maar blijft de huidige (gedoog)situatie gehandhaafd. Ten tijde van de voormeting bestaat de controlegroep uit negen vergelijkingsgemeenten. Inmiddels is Haarlem als tiende vergelijkingsgemeente aan de controlegroep toegevoegd, maar over deze gemeente zijn bij de voormeting geen data verzameld en wordt dus niet gerapporteerd.

Genomineerde interventiegemeenten

De commissie-Knottnerus heeft een advies uitgebracht aan de ministers van Justitie en Veiligheid (J&V) en Medische Zorg en Sport (MZS) over de nominatie van interventiegemeenten voor het experiment (Adviescommissie Experiment gesloten coffeeshopketen, 2019). Zij deed dat op basis van een lijst met geïnteresseerde gemeenten. Tot medio 2019 konden coffeeshopgemeenten hun belangstelling voor deelname aan het Experiment Gesloten Coffeeshopketen

als interventiegemeente (experimentele groep) kenbaar maken. In totaal hebben 26 gemeenten hun interesse hiervoor kenbaar gemaakt, waarvan 3 in een later stadium hun aanmelding hebben ingetrokken. De commissie voerde gesprekken met de burgemeesters van de gemeenten, beoordeelde de gemeenten op geschiktheid voor deelname en woog methodologische beperkingen en mogelijkheden af.

Uiteindelijk nomineert de commissie op basis van enkele uitgangspunten en selectiecriteria de volgende tien gemeenten voor deelname aan het experiment als interventiegemeenten: Almere, Arnhem, Breda, Groningen, Heerlen, Hellevoetsluis, Maastricht, Nijmegen, Tilburg en Zaanstad. Uit het rapport van de adviescommissie kan worden afgeleid dat de commissie met de nominatie van deze gemeenten wil bereiken dat er in de experimentele groep afdoende geografische spreiding is, dat er sprake is van een kritische massa qua populatiegrootte en aantal verkooppunten en dat er voldoende deelname is van (middel)grote gemeenten en gemeenten aan de landsgrens met België en Duitsland. Daarnaast laat de commissie twee aspecten onbenoemd, die echter wel relevant lijken voor de experimentele groep. Zo is er voldoende variatie in gemeenten met meer of minder aantallen inwoners per coffeeshop, waardoor er meer of juist minder 'druk' op coffeeshops komt te staan qua bezoekersaantallen. Ook is er voldoende variatie in het aantal kilometers van het centrum van een gemeente tot aan de landsgrens, hetgeen doorgaans een goede indicatie is van betere of minder goede bereikbaarheid vanuit het buitenland. In tabel 2.1 zijn de tien genomineerde interventiegemeenten en de relevant geachte kenmerken weergegeven.

Tabel 2.1 Deelnemende interventiegemeenten voormeting (n.a.v. nominatie commissie-Knottnerus)

Gemeente	Groep	Provincie	Aantal inwoners*	Aantal verkooppunten**	Grens-gemeente	Aantal inwoners per coffeeshop	Aantal kms tot de landsgrens
1. Almere	Interventie	Flevoland	214.715	3		71.572	80
2. Arnhem	Interventie	Gelderland	162.424	10		16.242	17
3. Breda	Interventie	Noord-Brabant	184.126	8	Ja	23.016	9
4. Groningen	Interventie	Groningen	233.273	12		19.439	43
5. Heerlen	Interventie	Limburg	86.936	2	Ja	43.468	6
6. Hellevoetsluis	Interventie	Zuid-Holland	40.312	1		40.312	45
7. Maastricht	Interventie	Limburg	120.227	14	Ja	8.588	3
8. Nijmegen	Interventie	Gelderland	177.359	13		13.643	7
9. Tilburg	Interventie	Noord-Brabant	221.947	11		20.177	9
10. Zaanstad	Interventie	Noord-Holland	156.901	2		78.451	101

*Peiljaar 2021 (bron: CBS); **Peiljaar 2020 (bron: Mennes et al. (2021)).

Geselecteerde vergelijkingsgemeenten

Het onderzoeksteam is, in overeenstemming met het advies van de commissie-Knottnerus, van mening dat een controlegroep een noodzakelijk toevoeging is om de ontwikkelingen als gevolg van de introductie van de gesloten coffeeshopketen goed te kunnen duiden. Uitgangspunt bij de samenstelling van deze controlegroep is dat deze groep qua karakteristieken zo vergelijkbaar mogelijk dient te zijn met de experimentele groep. Daarom zijn bij het

selecteren van vergelijkingsgemeenten exact dezelfde uitgangspunten gehanteerd als voor de selectie van de interventiegemeenten. We merken overigens op dat gemeenten die zijn benaderd om aan het onderzoek deel te nemen als vergelijkingsgemeente dat verzoek ook konden weigeren. Dus hoeven niet alle door het onderzoeksteam vooraf geselecteerde gemeenten te zijn opgenomen. In tabel 2.2 zijn de negen geselecteerde vergelijkingsgemeenten en de relevant geachte kenmerken weergegeven.³⁵

35 In 2022 (na uitvoering van de voormeting) is de Haarlem als vergelijkingsgemeente toegevoegd aan de controlegroep. Vanaf de nulmeting worden er ook data over deze gemeente verzameld.

Tabel 2.2 Deelnemende vergelijkingsgemeenten voormeting (n.a.v. selectie onderzoeksteam)

Gemeente	Groep	Provincie	Aantal inwoners*	Aantal verkooppunten*	Grens-gemeente	Aantal inwoners per coffeeshop	Aantal kms tot de landsgrens
1. Enschede	Controle	Overijssel	159.732	10	Ja	15.973	6
2. Helmond	Controle	Noord-Brabant	92.627	1		92.627	23
3. Leeuwarden	Controle	Friesland	124.481	12		10.373	92
4. Leiden	Controle	Zuid-Holland	124.093	11		11.281	75
5. Lelystad	Controle	Flevoland	79.811	1		79.811	83
6. Roermond	Controle	Limburg	58.763	2	Ja	29.382	6
7. Tiel	Controle	Gelderland	41.920	4		10.480	37
8. Utrecht	Controle	Utrecht	359.370	11		32.670	68
9. Zutphen	Controle	Gelderland	48.111	3		16.037	26

*Peiljaar 2021 (bron: CBS); **Peiljaar 2020 (bron: Mennes et al. (2021)).

Overzicht onderzoeksgemeenten voormeting

Figuur 2.2 toont een overzicht van de aan het onderzoek deelnemende gemeenten ten tijde van de voormeting in het najaar van 2021. Zowel de geografische spreiding van de gemeenten alsook de karakteristieken van beide groepen en het totaal zijn weergegeven. We stellen vast dat alle uitgangspunten in de samenstelling van de experimentele groep zijn geborgd. Een kanttekening bij deze selectie is dat de geografische spreiding goed, maar niet optimaal is (meerdere gemeenten in Noord-Brabant en Limburg en geen in Friesland, Drenthe, Overijssel en Zeeland).

Ook wat betreft de samenstelling van de controlegroep zijn de uitgangspunten voldoende geborgd voor het onderzoek.

Kanttekeningen bij de selectie betreffen met name het lagere aantal (middel)grote gemeenten met een relatief hoog aantal verkooppunten in deze groep in vergelijking tot de experimentele groep. Het zou de samenstelling van de controlegroep ten goede komen als er een (middel)grote gemeente met tien of meer verkooppunten aan zou worden toegevoegd. Ook merken we op dat de controlegroep uit negen in plaats van tien gemeenten bestaat en dat de geografische spreiding goed, maar niet optimaal te noemen is. Zo omvat de controlegroep geen gemeenten uit Groningen, Drenthe, Noord-Holland en Zeeland. Met het toevoegen van de gemeente Haarlem aan de controlegroep voor het vervolg van dit onderzoek is aan deze tekortkomingen al tegemoetgekomen.

Figuur 2.2 Deelnemende onderzoeksgemeenten voormeting



Onderzoeksgroep (n)	Totaal aantal inwoners*	Gemiddeld aantal inwoners	Totaal aantal verkooppunten**	Totaal aantal grensgemeenten	Gemiddeld aantal inwoners per coffeeshop
■ Interventie (10)	1.598.220	159.822	76	3	33.491
■ Controle (9)	1.088.908	120.990	55	2	33.182
Totaal (19)					

*Peiljaar 2021 (Bron: CBS); **Peiljaar 2020 (Bron: Mennes et al. (2021)).

2.3. Coffeeshopbeleid onderzoeksgemeenten

Sinds 1999 wordt in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC) van het ministerie van Justitie en Veiligheid (twee)jaarlijks het aantal coffeeshops en het gemeentelijke coffeeshopbeleid geïnventariseerd. De meest recente editie van deze monitor is uitgevoerd door onderzoeks- en adviesbureau Breuer&Intraval, en betreft de stand van zaken in het kalenderjaar 2020 (Mennes et al., 2021). De gemeenteambtenaren die betrokken zijn bij het coffeeshopbeleid in hun gemeente, worden voor deze monitor bevraagd over het aantal coffeeshops in hun gemeente en het gevoerde vestigings-, handhavings- en sanctiebeleid ten aanzien van coffeeshops. In deze paragraaf zetten we uiteen welk beleid de 19 deelnemende gemeenten voeren en hoe zich dit verhoudt tot het beeld dat ontstaat, kijkend naar het beleid van alle 102 Nederlandse gemeenten met coffeeshops. We bespreken achtereenvolgens de beleidstypering, de landelijke gedoogcriteria, de lokale vestigings- en bijkomende criteria en het sanctiebeleid en -traject.

Beleidstypen

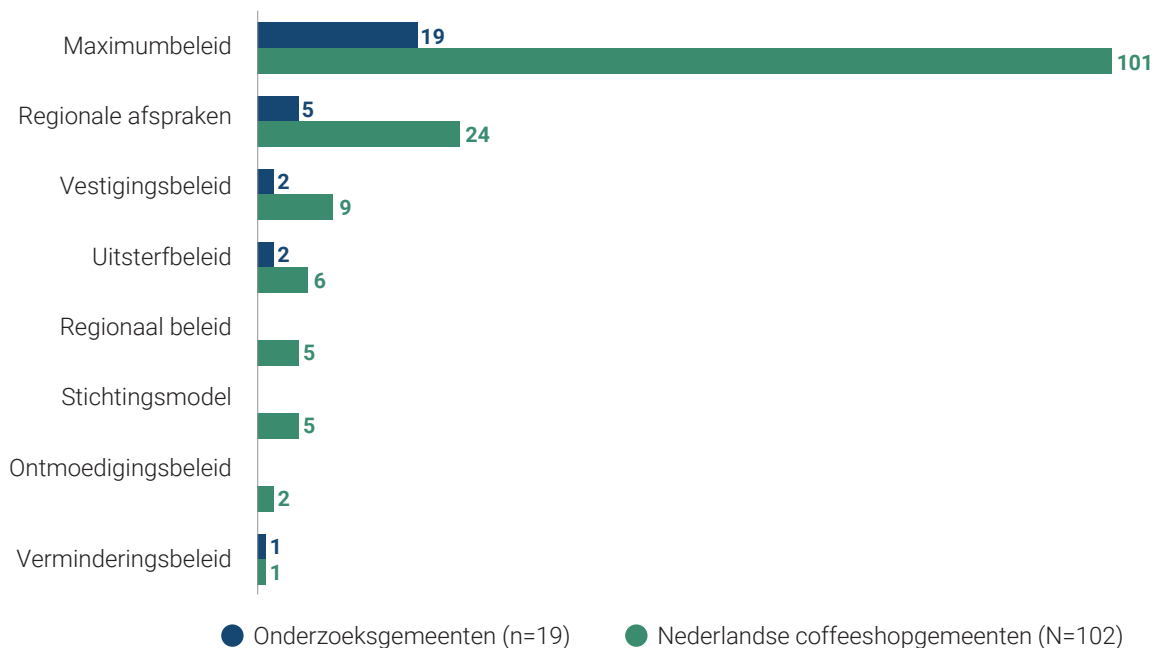
Gemeenten in Nederland kunnen verschillende beleidsvormen hanteren ten aanzien van coffeeshops. Grofweg zijn drie beleidsvormen te onderscheiden: het voeren van 1) een nulbeleid, 2) een gedoogbeleid of 3) geen beleid. Alleen in gemeenten met een gedoogbeleid zijn ook daadwerkelijk coffeeshops gevestigd. In 2020 voerden 102 gemeenten (26,4% van alle gemeenten) een gedoogbeleid ten aanzien van coffeeshops.

Zij hanteerden vrijwel allemaal (slechts één gemeente doet dit niet) een maximumbeleid, waarbij het aantal coffeeshops het vastgestelde maximum niet mag overschrijden. Ook alle 19 gemeenten binnen dit onderzoek hanteren een maximumbeleid.

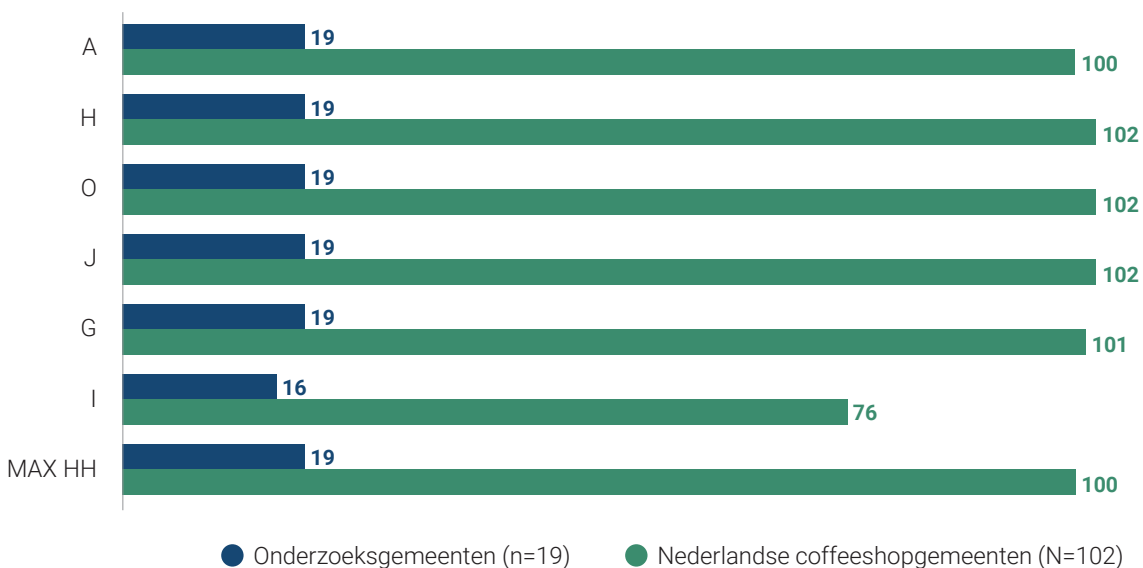
In figuur 2.3 is de beleidstypering van de 19 deelnemende gemeenten weergegeven en afgezet tegen de resultaten van alle Nederlandse gemeenten. Het valt op dat:

- vijf van de deelnemende gemeenten regionale afspraken heeft gemaakt over het coffeeshopbeleid. In 19 andere coffeeshopgemeenten in Nederland (in totaal dus 24) gelden vergelijkbare afspraken met de regio. Het gaat vooral om afspraken die stellen dat er alleen coffeeshops in de desbetreffende gemeente kunnen zijn gevestigd en niet in regiogemeenten
- twee deelnemende gemeenten hun beleid nader specificeren als zijnde een vestigingsbeleid. Voor zeven andere coffeeshopgemeenten in Nederland (in totaal dus negen) geldt hetzelfde: hier mogen coffeeshops zich vestigen als het maximumbeleid dat toestaat en alleen als er aan de gestelde vestigingscriteria wordt voldaan
- twee deelnemende gemeenten specificeren hun beleid als een uitsterfbeleid. Deze gemeenten sturen aan op vermindering van het aantal coffeeshops. In heel Nederland zijn er nog vier gemeenten die hun beleid als zodanig typeren. In totaal gaat het dus om zes gemeenten.

Figuur 2.3 Beleidstypering (deelnemende) coffeeshopgemeenten, in absolute aantallen



Figuur 2.4 Landelijke gedoogcriteria in gemeentelijk beleid, in absolute aantallen



Landelijke gedoogcriteria

Vrijwel alle 102 Nederlandse coffeeshopgemeenten hebben de handhaving van het A- (geen affichering), H- (geen harddrugs), O- (geen overlast), J- (geen jeugdigen) en G-criterium (geen

grote hoeveelheden) en de maximale handelshoeveelheid in 2020 in hun beleid vermeld (zie figuur 2.4). Slechts twee gemeenten hebben het A-criterium en de maximale handelshoeveelheid niet in het beleid staan. De 19 gemeenten die aan het onderzoek

deelnemen, hebben alle deze criteria in het beleid opgenomen.

Een uitzondering blijkt de handhaving van het ingezetenen criterium (geen toegang tot coffeeshops voor en verkoop van softdrugs aan anderen dan ingezetenen van Nederland). Aanmerkelijk minder (76 van de 102) gemeenten hebben dit criterium in het beleid opgenomen; hetzelfde geldt voor 16 van de 19 onderzoeksgemeenten.

Handhaving ingezetenen criterium

Nederlandse coffeeshopgemeenten gaan verschillend om met de handhaving van het I-criterium. In het kader van lokaal maatwerk kunnen gemeenten in de lokale driehoek afstemmen of al dan niet actief op dit criterium wordt gehandhaafd (zie o.a. Mennes et al., 2020). We merken alvast op dat interventiegemeenten met een grensligging het ingezetenen criterium bij de start van het experiment in het beleid moeten hebben opgenomen, als dat nu nog niet het geval is.

Ten aanzien van het ingezetenen criterium kunnen op basis van eerder onderzoek de volgende vier alternatieven worden onderscheiden:

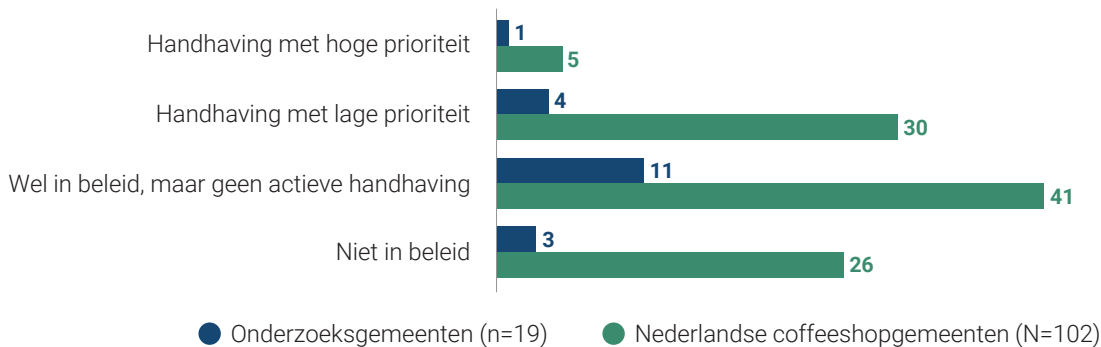
1. Gemeenten hebben het ingezetenen criterium **niet in het beleid** opgenomen en **handhaven het niet**. Deze gemeenten kunnen het criterium ook niet handhaven, omdat het niet in het beleid staat.
2. Gemeenten hebben het ingezetenen criterium **wel in het beleid** opgenomen, maar **handhaven het niet actief**. In de praktijk is de situatie in deze

gemeenten hetzelfde als bij gemeenten die het niet in het beleid hebben staan.

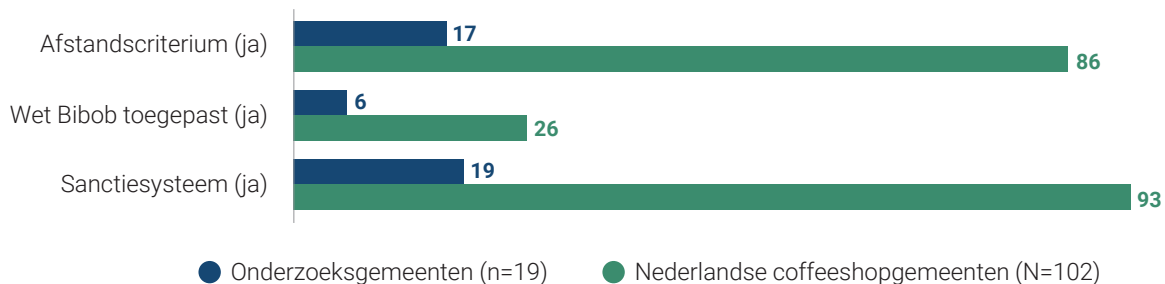
3. Gemeenten hebben het ingezetenen criterium **wel in het beleid** opgenomen en handhaven het met **lage prioriteit**. Deze gemeenten blijken in de praktijk doorgaans niet op de naleving van dit criterium te controleren bij de coffeeshops, omdat zij bijvoorbeeld alleen handhaven als zij signalen ontvangen van overlast als gevolg van drugstoerisme.
4. Gemeenten hebben het ingezetenen criterium **wel in het beleid** opgenomen en handhaven het met **hoge prioriteit**. Gemeenten in deze categorie handhaven het criterium zoals dat in het landelijk coffeeshopbeleid is beschreven: niet-ingezetenen van Nederland hebben geen toegang tot de coffeeshops en aan hen mag geen cannabis worden verkocht. In de coffeeshops in de gemeenten wordt hierop gecontroleerd.

Uit figuur 2.5 blijkt dat 11 van de 41 Nederlandse gemeenten die het ingezetenen criterium wel in het beleid hebben staan maar dit niet actief handhaven, aan het onderzoek deelnemen. Samen met de 3 deelnemende gemeenten die het ingezetenen criterium niet in het beleid hebben staan, komt het aantal onderzoeksgemeenten dat het criterium niet handhaaft op 14. Daarnaast doen 4 (van de 30) Nederlandse coffeeshopgemeenten aan het onderzoek mee die het criterium met lage prioriteit handhaven. Verder neemt 1 van de 5 Nederlandse coffeeshopgemeenten die het ingezetenen criterium met hoge prioriteit handhaven, ook deel aan het onderzoek.

Figuur 2.5 Handhaving ingezetenen criterium, in absolute aantallen



Figuur 2.6 Andere relevante vestigings- en handhavingsaspecten die gemeenten hebben vastgesteld/toegepast in 2020, in absolute aantallen



Andere vestigings- en handhavingsaspecten

Met betrekking tot andere mogelijk relevante vestigings- en handhavingsaspecten constateren we dat een groot deel van de Nederlandse coffeeshopgemeenten een afstandscriterium hanteert waarmee een minimale afstand tussen een coffeeshop en een onderwijsstelling kan worden vastgesteld. Een dergelijk criterium was in 2020 in 86 van de 102 coffeeshopgemeenten van kracht. Een dergelijk vestigingscriterium is tevens opgenomen in het beleid van 17 van de 19 onderzoeksgemeenten (zie figuur 2.6).

Sinds 1 juni 2003 kunnen gemeenten gebruik maken van de Wet Bibob. Deze wet, die tot doel heeft de integriteit van bestuursorganen te waarborgen, is van toepassing op (bepaalde) vergunningen, subsidies, aanbestedingen

en vastgoedtransacties. Coffeeshops vallen ook onder het bereik van de Wet Bibob. Gemeenten kunnen op basis van deze wet een vergunningaanvraag weigeren of de afgegeven vergunning intrekken als er een ernstig gevaar dreigt dat bijvoorbeeld een vergunning wordt misbruikt. Voor het experiment worden ook de telers op basis van de Wet Bibob gescreend. De Wet Bibob is in 2020 door 26 van de 102 coffeeshopgemeenten toegepast, waaronder door 6 deelnemende gemeenten.

In geval van overtreding van de criteria die in een gemeente van toepassing zijn, kan de burgemeester een sanctie opleggen. Welke sanctie volgt op welke overtreding van welk criterium, is doorgaans vastgelegd in het sanctiebeleid. In 2020 hebben 93 van de 102 coffeeshopgemeenten de bestuursrechtelijke sancties voor het overtreden van de van

toepassing zijnde gedoogcriteria formeel vastgelegd in het handhavingsarrangement. Alle 19 onderzoeksgemeenten behoren tot deze groep. Een overtreding van het harddrugs- (geen harddrugs aanwezig in de coffeeshop) en jongerencriterium (geen toegang tot de coffeeshop onder de leeftijd van 18 jaar)

rekenen gemeenten coffeeshops zwaarder aan dan overtreding van andere landelijke gedoogcriteria. Bij overtreding van deze twee criteria gaan gemeenten doorgaans gelijk over tot het sluiten van de coffeeshop in plaats van het geven van een formele waarschuwing.

3 Methoden

Kernpunten van dit hoofdstuk

- In 19 verschillende gemeenten zijn onderzoeksactiviteiten uitgevoerd.
- Er zijn 950 tellingen van coffeeshopbezoekers verricht.
- In totaal zijn 809 enquêtes afgenomen onder bezoekers van 122 coffeeshops.
- Bij 110 coffeeshops in 18 gemeenten zijn foto's gemaakt van de menukaarten om het aanbod van cannabisproducten in kaart te brengen.
- Bij 388 omwonenden/omwerkenden van 129 coffeeshops zijn enquêtes afgenomen.
- Om (meer) informatie te verkrijgen over de illegale markt is de 'crowdsourcing' methode toegepast.
- Ten slotte zijn politiegegevens verzameld en geanalyseerd.

In dit hoofdstuk beschrijven we de methoden en onderzoeksactiviteiten die we voor dit onderzoek hebben toegepast. Er is veldwerk verricht bij de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten, waar het aantal bezoekers is geteld (paragraaf 3.1) en enquêtes bij bezoekers zijn afgenomen (paragraaf 3.2). Ook zijn foto's van de menukaarten gemaakt voor een menukaartanalyse (paragraaf 3.3).

Verder zijn enquêtes afgenomen bij personen die in de directe omgeving van de coffeeshops wonen of werken (paragraaf 3.4). Ten slotte bespreken we de onderzoeksactiviteiten die zijn ondernomen om de onderzoeksvragen met betrekking tot de illegale markt te beantwoorden (paragraaf 3.5), gevolgd door de analyse van politieregistraties die we hebben uitgevoerd (paragraaf 3.6).

N.B. Eenmalig onderscheid tussen onderzoeksgroepen

De resultaten van deze voormeting worden besproken op het niveau van alle 19 onderzoeksgemeenten die in het najaar van 2021 deelnamen aan het onderzoek. Hierin wordt dus geen onderscheid gemaakt tussen de experimentele en de controlegroep (zie ook hoofdstuk 1). Dit onderscheid tussen de twee groepen maken we echter wel in dit hoofdstuk, om de lezer een goed beeld te geven van de onderzoeksopzet en verrichte activiteiten per gemeente.

3.1. Tellingen coffeeshopbezoekers

Bij alle coffeeshops die tijdens de voormeting geopend waren, is in de interventie- en vergelijkingsgemeenten geteld hoeveel bezoekers naar binnen gaan gedurende een periode van 5 minuten. Het gaat in totaal om 124 shops. Daarbij zijn klanten die na het verstrijken van de 5 minuten in de rij voor de coffeeshop staan (om coffeeshop binnen te gaan) mee geteld. De

resultaten van de tellingen zijn ingevoerd op een smartphone of tablet, geanalyseerd en geëxtrapoleerd naar een schatting van het aantal bezoeken per uur. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen doordeweekse dagen (maandag tot en met donderdag), vrijdagen en weekenddagen (zaterdag en zondag). Rondom deze schattingen zijn (95%) betrouwbaarheidsmarges berekend. In tabel 3.1a (per dag van de week) en 3.1b (per dagdeel) is schematisch weergegeven hoeveel tellingen er per gemeente zijn verricht.

Tabel 3.1a Verricht aantal coffeeshoptellingen per dagtype, per onderzoeksgroep en in totaal

Groep (n)	Aantal verkooppunten*	Tellingen			
		Doordeweeks	Vrijdag	Weekend	Totaal
Interventiegemeenten (10)	73	180	166	183	529
Vergelijkingsgemeenten (9)	51	189	134	98	421
Totaal	124	369	300	281	950

**In beide onderzoeksgroepen zijn op het moment van meten drie coffeeshops gesloten. Er is bij deze coffeeshops niet geteld. Bij één coffeeshop in een vergelijkingsgemeente kon om andere redenen niet worden geteld.*

Tabel 3.1b Verricht aantal coffeeshoptellingen per dagdeel, per onderzoeksgroep en in totaal**

Groep (n)	Aantal verkooppunten*	Tellingen			Totaal
		Ochtend	Middag	Avond	
Interventiegemeenten (10)	73	89	215	225	529
Vergelijkingsgemeenten (9)	51	44	147	230	421
Totaal	124	133	362	455	950

**In beide onderzoeksgroepen zijn op het moment van meten drie coffeeshops gesloten. Er is bij deze coffeeshops niet geteld. Bij één coffeeshop in een vergelijkingsgemeente kon om andere redenen niet worden geteld.*

*** Ochtend: 10.00–12.00; middag: 12.00–18.00; avond: 18.00–0.00.*

Bij het tellen van de coffeeshopbezoeken zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- De tellingen zijn zo verdeeld dat er bij elke coffeeshop in een gemeente ten minste één heeft plaatsgevonden op respectievelijk een doordeweekse dag, een vrijdag en een dag in het weekend.
- De tellingen zijn zo verdeeld dat er bij elke coffeeshop in een gemeente ten minste één heeft plaatsgevonden in respectievelijk de ochtend, de middag en de avond.
- De tellingen zijn zo verdeeld dat voor de gehele gemeente er op elke van de drie typen dagen (doordeweeks, vrijdag en weekend) ten minste één telling in elk dagdeel (ochtend, middag en avond) heeft plaatsgevonden.

3.2. Enquêtes coffeeshopbezoekers

Bij 122 coffeeshops in de interventie- en de vergelijkingsgemeenten zijn coffeeshopbezoekers ondervraagd. In totaal betreft het 809 enquêtes, waarvan 464 in een interventiegemeente en 345 in een vergelijkingsgemeente.

Wijze van afname

Bezoekers van coffeeshops werden op verschillende dagen van de week (zowel doordeweeks als in het weekend) en verschillende tijdstippen van de dag (zowel overdag als in de avond) door de onderzoekers aangesproken in of nabij de coffeeshop, nadat zij een aankoop hadden afgerond bij de betreffende shop. Hier werden de respondenten gevraagd of zij bereid waren om de vragen uit de enquête te beantwoorden. Ook is een toelichting gegeven op de vrijwilligheid van deelname, de anonimiteit waarmee de gegevens van de respondenten worden behandeld en de overige rechten die zij hebben.

De nadruk lag hier op de onherleidbaarheid van gegevens en antwoorden tot hun persoon in de uiteindelijke rapportage van het onderzoek. De respondenten werd hierna gevraagd of zij deze informatie begrepen en of zij hiermee akkoord gingen. De selectie van respondenten die aangesproken werden nadat zij de coffeeshop verlieten, vond zo veel mogelijk willekeurig plaats. Als respondenten aangaven mee te willen werken aan het onderzoek, werd de enquête direct ter plaatse afgenomen.

Niet-ingezetenen

Als respondenten aangaven niet in Nederland te wonen (niet-ingezetenen), is er geen enquête afgenomen. De antwoorden van de respondenten werden door de onderzoekers direct geregistreerd in tablets en na voltooiing verzonden. Om ook zicht te krijgen op enkele kenmerken van de bezoekers die in het buitenland wonen, zal in toekomstige metingen bij hen een korte enquête worden afgenomen, waarin we vragen naar: 1) leeftijd, 2) geslacht, 3) nationaliteit, 4) in welk land (en regio/gemeente) de respondent woont, en 5) het geschatte aantal kilometers van het huis van de respondent tot aan de coffeeshop.

Opbouw enquête coffeeshopbezoekers: modules

De gestructureerde enquête voor respondenten bestond uit meerdere modules. Elke module bevatte vragen over een specifieke invalshoek van het experiment. In de voormeting stonden de volgende modules centraal met daarin vragen over de volgende onderwerpen:

1. **Achtergrondkenmerken:** leeftijd, geslacht, woonplaats, nationaliteit, hoofdbezigheid overdag/niveau van opleiding en ingezetene van Nederland of niet. Deze module werd uitgevraagd na het stellen van enkele algemene vragen over het koopgedrag.

2. **Koopgedrag:** het ging hierbij onder andere om het koopgedrag in coffeeshops (laatste aanschaf en afgelopen maand) en de mening van de respondent over het aanbod van cannabis in de coffeeshops, in de gemeente en buiten de gemeente (tevredenheid, variëteit, prijs-kwaliteitverhouding, etc.).
3. **Gebruik en gezondheid:** dit betrof onder andere de gebruiksgeschiedenis (ooit, laatste jaar, laatste maand), frequentie gebruik (aantal dagen), aantal 'eenheden' per dag en per gram, wijze van gebruik, omgeving gebruik, reden voor gebruik (recreatief, medisch), riskant/problematisch gebruik (i.e. CAST, REF), cannabisgerelateerde gezondheidsproblemen/incidenten en ervaren gezondheid.
4. **Illegale markt:** deze module begon met de selectievraag of de respondent in de afgelopen 30 dagen buiten de coffeeshop cannabis heeft gekocht. Bij een bevestigend antwoord werd gevraagd naar de frequentie en reden van aankoop van cannabis op de illegale markt, de meest voorkomende locatie en wijze van aankoop en eventuele verandering in koopgedrag/bron in de loop van de tijd. Deze module bevatte daarnaast de vraag of er drugs in de directe buurt van de coffeeshop aan de respondent zijn aangeboden.
5. **Deelname cohortstudie³⁶:** respondenten werden uitgenodigd tot deelname aan de cohortstudie en konden contactgegevens achterlaten. Als respondenten hier interesse in hadden, maakten zij samen met de onderzoeker een gepersonaliseerde code aan, en mochten zij in een nieuwe vragenlijst (die losstond van de

bezoekersenquête) hun e-mailadres en/of telefoonnummer achterlaten. Deze code maakt koppeling van gegevens in een later stadium weer mogelijk. De registratie van contactgegevens voerde de respondent desgewenst zelf in op de tablet, zodat de onderzoeker hier geen inzage in had. Dit gehele proces (van het aanmaken van de code tot het verzenden van contactgegevens) en de redenen hiervoor, werd vooraf besproken met de respondent, alsook de garantie van vertrouwelijkheid voor het behandelen van gegevens. Deze module werd als laatste aan respondenten voorgelegd.

Ethische toetsing

De opzet van deze enquête en de informatie voor de deelnemers is voor een ethische toets voorgelegd aan de Trimbos Ethische Toetsingscommissie (TET) en door deze commissie goedgekeurd. Daarnaast is een gegevensbeschermingseffectbeoordeling (DPIA) uitgevoerd.

Analyses

De analyses voor deze enquête zijn beschrijvend van aard en uitgevoerd met SPSS. Enkel totaalgegevens worden gerapporteerd, er worden geen vergelijkingen gemaakt tussen interventie- of vergelijkingsgemeenten. Daarnaast worden enkel valide percentages gerapporteerd (i.e. de percentages van personen die vragen ook daadwerkelijk hebben ingevuld).

Periode en aantal bezoekersenquêtes

Tussen september 2021 en april 2022 werden de bezoekersenquêtes afgenomen bij respondenten in of nabij de coffeeshop,

36

De cohortstudie is bedoeld om het gedrag van cannabisconsumenten over de tijd te volgen. In de voormeting kan hierover nog niet worden gerapporteerd.

Tabel 3.2a Afgenomen enquêtes per dag en moment op de dag*

Dagdeel	MA	DI	WO	DO	VRIJ	ZA	ZO	Totaal
Ochtend	0	0	8	38	61	22	5	134
Begin middag	0	0	18	58	98	45	0	219
Einde middag	3	12	37	150	95	14	0	311
Begin avond	0	0	10	27	33	2	0	72
Einde avond	0	0	13	40	20	0	0	73
Totaal	3	12	86	313	307	83	5	809

* Ochtend: 10.00-12.00; begin middag: 12.00-15.00; eind middag: 15.00-18.00; begin avond: 18.00-20.00; einde avond: 20.00-24.00.

die zojuist een aankoop hadden afgerond bij de shop. Wel is de afname in deze periode in november, december en januari gestaakt in verband met aangescherpte coronamaatregelen. Binnen genoemde periode werden enquêtes op verschillende dagen en momenten van de dag afgenomen. In tabel 3.2a zijn de afgenomen enquêtes per dag en moment op de dag weergegeven. In totaal zijn 809 enquêtes afgerond.

De enquêtes zijn in 19 Nederlandse gemeenten afgenomen. Binnen deze gemeenten zijn alle, op dat moment voor de onderzoekers beschikbare en toegankelijke coffeeshops, bezocht en zijn enquêtes bij bezoekers afgenomen. Het aantal coffeeshops per gemeente waar enquêtes zijn afgenomen,

is te zien in tabel 3.2b. In totaal zijn 809 enquêtes afgenomen en afgerond bij 122 shops. Beoogd was om bij 134 shops enquêtes af te nemen (minimaal 6 per shop). Er bleken 12 shops onvoorzien gesloten of shopeigenaren/medewerkers lieten niet toe dat coffeeshopbezoekers werden aangesproken door de onderzoekers. Als dit het geval was, werd bij de andere overgebleven shops in de betreffende gemeente meer geënquêteerd om toch de benodigde totalen per gemeente te kunnen halen. Daarnaast blijkt dat 635 van de respondenten (80%) in dezelfde gemeente woonachtig zijn als waar zij ook door de onderzoekers werden aangesproken, 161 respondenten (20%) gaven aan woonachtig te zijn in een andere gemeente in Nederland.

Tabel 3.2b De gemeenten en aantal shops waarin de enquêtes werden afgenomen, het aantal afgenomen enquêtes en het aantal respondenten woonachtig in de gemeente van afname

Gemeente	Aantal coffeeshops waar enquêtes zijn afgenomen (n=122)	Aantal afgenomen enquêtes (n=809)	Aantal respondenten woonachtig in gemeente van afname (n=635)
Almere	2*	12	12
Arnhem	10*	62	41
Breda	8	50	35
Enschede	10	62	56
Groningen	11*	77	72
Heerlen	2*	13	11
Hellevoetsluis	1	6	4
Helmond	1	12	12
Leeuwarden	9*	76	58
Leiden	10*	65	44
Lelystad	1	6	4
Maastricht	14	85	69
Nijmegen	11*	72	48
Roermond	2	12	9
Tiel	3*	24	17
Tilburg	11	68	57
Utrecht	11	70	62
Zaanstad	2*	19	12
Zutphen	3	18	12

* In deze gemeenten bleken shops onvoorzien gesloten of lieten shopeigenaren/medewerkers niet toe dat coffeeshopbezoekers werden aangesproken door de onderzoekers (12 shops in totaal).

3.3. Menukaartanalyse

De onderzoekers hebben in de coffeeshops toestemming gevraagd voor het fotograferen van de menukaarten. In totaal zijn bij 110

coffeeshops in 18 gemeenten foto's gemaakt van de menukaarten. De verkregen foto's werden gelabeld en geanonimiseerd en onderzoekers maakten voor ieder item³⁷ op de menukaarten een unieke *entry* in een

database. Hierin werden productnaam, hoeveelheid, prijs en eventuele informatie over verkoopstatus/sterkte genoteerd. Ook registreerden de onderzoekers in welke plaats de foto was genomen en of die plaats behoorde tot de interventiegemeenten of vergelijkingsgemeenten. Als eenzelfde soort cannabis in één coffeeshop werd verkocht in verschillende hoeveelheden – bijvoorbeeld € 10 voor een gram en € 45 voor vijf gram – dan werden hiervoor twee *entries* gemaakt in de database. In de verdere analyse van het aantal *unieke* soorten werd steeds het item met het kleinste gewicht gebruikt, waarop dus doorgaans geen korting zat.

Ook is bij ongeveer 70% van de 110 coffeeshops informatie ingewonnen over de meest verkochte wietsoort, de meest verkochte hasjsoort, de (verondersteld) sterkste wietsoort en de meest verkochte milde wietsoort. Deze informatie is tijdens interviews met coffeeshopeigenaren uitgevraagd (resultaten van deze en geactualiseerde interviews worden gepresenteerd in het rapport van de nulmeting). De coffeeshopeigenaren bleken hierover vaak geen actuele informatie te hebben, bovendien was de deelnamebereidheid voor deze interviews beperkt (32%). Dit resulteerde uiteindelijk in een beperkte respons op bovenstaande vragen. Om de respons in volgende metingen te verhogen, zullen deze gegevens in de toekomst uitgevraagd worden bij baliemedewerkers of bedrijfsleiders van de shop, aangezien zij goed op de hoogte zijn van deze informatie.

Ten slotte werden de producten ook ingedeeld in klassen en subklassen:

- wiet, met als subklassen:
 - » nederwiet
 - » VS-wiet³⁸
 - » gruis³⁹
 - » buitenlandse wiet
 - » buitenwiet⁴⁰
- hasj
 - » nederhasj⁴¹
 - » buitenlandse hasj
- CBD
 - » CBD-wiet
 - » CBD-hasj
- joints
 - » joint met tabak
 - » joint zonder tabak
- edibles⁴²
- overig
 - » concentraat
 - » olie
 - » supplementen
 - » overig.

Op de menukaarten werd niet altijd letterlijk vermeld dat de prijs per gram was, maar deze kon worden berekend aan de hand van andere informatie op de menukaart. Bij joints en edibles gaven shops soms aan hoeveel gram cannabis of hoeveel milligram THC erin zat, maar doorgaans was alleen te zien hoeveel stuks er verkocht werden voor een bepaalde prijs. Voor cannabisproducten in de klassen wiet, hasj, CBD en overig berekenden de onderzoekers vervolgens de prijs per gram, en voor joints en edibles de prijs per stuk.

38 Cannabis geïmporteerd uit Noord-Amerika of aldaar veredeld.

39 Ook wel 'mix' of 'kleine toppen' genoemd: dit zijn vaak restanten van (diverse) soorten nederwiet.

40 Wiet die buiten is geteeld.

41 Hasj die gemaakt is op basis van nederwietplanten die vaak ook binnen zijn geteeld.

42 Eetbare producten waarin cannabis is verwerkt en die niet als concentraat, olie of supplement worden verkocht.

Analyses

De statistische analyses zijn uitgevoerd met behulp van R voor Windows. Toetsen zijn tweezijdig uitgevoerd met $\alpha = 0.05$. Gemiddelden zijn weergegeven \pm standaarddeviatie. Aangezien de aantallen (unieke) producten op de menu's en de prijzen van de producten niet normaal verdeeld waren, is gebruik gemaakt van niet-parametrische toetsen. Vergelijkingen tussen twee groepen zijn uitgevoerd met Mann-Whitney U-toetsen. Vergelijkingen tussen meer dan twee groepen worden gedaan met behulp van Kruskal-Wallis-toetsen met een post-hoc Wilcoxon-toets met Bonferroni-correctie.

Omdat dit rapport een voormeting voor het experiment betreft, zijn de analyses gedaan op de totale database van menukaarten die de veldwerkers verzamelden in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten. Deze zijn dus niet met elkaar vergeleken. Nog één belangrijke kanttekening bij dit onderzoek: wij rapporteren over de namen die de coffeeshop (op basis van de informatie bij aankoop) aan de cannabisproducten heeft gegeven. Het is niet duidelijk of die overeenkomen met de daadwerkelijke soorten. De informatie in deze rapportage is dus ook anders dan de jaarlijkse THC-monitor (Oomen & Rigter, 2022). Daarvoor worden cannabismonsters in verschillende, specifieke categorieën aangekocht in de coffeeshops, waarna hiervan de chemische samenstelling wordt geanalyseerd. Of de cannabismonsters behoren tot een specifieke categorie, wordt hier vastgesteld op aanwijzingen van coffeeshoppersoneel, terwijl in deze rapportage de onderzoekers dit onderscheid hebben gemaakt op basis van de naam van de cannabisproducten.

3.4. Enquête omwonenden/omwerkenden

Bij alle coffeeshops in zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten zijn per shop drie enquêtes afgenomen bij personen die in de directe omgeving van de coffeeshop wonen of werken. In totaal zijn 388 respondenten geënuquêteerd, van wie 223 in een interventiegemeente en 165 in een vergelijkingsgemeente.

Inhoud enquête

In de enquête is gevraagd naar leefbaarheid, overlast en veiligheid. Allereerst is aan de respondenten gevraagd of er in de afgelopen zes maanden voorvallen zijn geweest in de buurt waarvan zijzelf of iemand anders overlast zou kunnen ervaren. Als dergelijke voorvallen voorkomen, is gevraagd naar het soort voorval, de frequentie en de oorzaak/veroorzakers van deze voorvallen. Vervolgens is gevraagd naar het ervaren gevoel van (on)veiligheid in de buurt. Om de respondent niet te beïnvloeden, is in de introductie van de enquête en in de vraagstelling het woord 'coffeeshop' of hieraan gerelateerde termen vermeden.

Afname enquête

Respondenten werd op verschillende dagen van de week (zowel doordeweeks als in het weekend) en verschillende tijdstippen van de dag (zowel overdag als in de avond) door de onderzoekers gevraagd of zij wilden meewerken aan een korte enquête. Ook werd de anonimiteit waarmee de gegevens van de respondent worden behandeld – en hun overige rechten – uitgelegd. De nadruk lag hier op de onherleidbaarheid van gegevens en antwoorden tot hun persoon in de uiteindelijke rapportage van het onderzoek. De antwoorden van de respondenten werden door onderzoekers direct geregistreerd door middel van een tablet. Voorwaarden om respondenten

te enquêteren, waren dat de woning of werkplek van de respondent binnen een straal van ongeveer 50 meter rond de coffeeshop gelokaliseerd was, en dat er geen natuurlijke afbakeningen of barrières waren tussen de woning of werkplek en de coffeeshop. Veelvoorkomende voorbeelden daarvan zijn een weg, brug, treinspoor of (hoog/groot)

gebouw. Deze voorwaarden zijn bewust opgesteld, omdat alleen personen die in de zeer directe omgeving van de coffeeshop wonen en/of werken, weten wat zich daar afspeelt.

Tabel 3.3 aantal coffeeshops en aantal behaalde enquêtes bij omwonenden/omwerkenden per gemeente en onderzoeksgroep

	Gemeente	Aantal shops	Afgenomen aantal enquêtes
Experimentele groep	1. Almere	2*	6
	2. Arnhem	10	30
	3. Breda	8	24
	4. Groningen	12	37
	5. Heerlen	2	6
	6. Hellevoetsluis	1	3
	7. Maastricht	14	42
	8. Nijmegen	13	36
	9. Tilburg	11	33
	10. Zaanstad	2	6
<i>Totaal interventiegemeenten</i>		75	223
Controlegroep	1. Enschede	10	30
	2. Helmond	1	3
	3. Leeuwarden	11**	35
	4. Leiden	11	33
	5. Lelystad	1	3
	6. Roermond	2	6
	7. Tiel	4	12
	8. Utrecht	11	34
	9. Zutphen	3	9
<i>Totaal vergelijkingsgemeenten</i>		54	165
Totaal beide groepen		129	388

*Van de 3 shops in Almere was op het moment van meten 1 shop gesloten. **Van de 12 shops in Leeuwarden was op het moment van meten 1 shop gesloten.

3.5. Methoden en activiteiten onderzoek illegale markt

Om (meer) inzicht te krijgen in de illegale markt voor cannabis, is gebruik gemaakt van ‘crowdsourcing’. Deze techniek gaat ervan uit dat consumenten zelf anoniem informatie geven over hun recente cannabistransacties via een online platform. Crowdsourcing maakt het mogelijk om met relatief beperkte middelen gegevens op transactieniveau te verzamelen, waaronder aankoopbedrag, kwaliteit en locatie van aankoop.

Statistics Canada gebruikt bijvoorbeeld een dergelijk platform om de prijsontwikkelingen rond de legalisering van cannabis in Canada te monitoren.⁴³ In Noord-Amerika hebben veel onderzoekers gebruik gemaakt van de data die beschikbaar zijn via de website *PriceofWeed.com*. Deze data zijn gebruikt om verschillende beleidseffecten te meten: legalisering in Californië (Caulkins & Bond, 2012), het effect van handhaving op de prijs (Thies, 2012), de prijselasticiteit van de vraag naar cannabis (Davis et al., 2016), cannabislegalisering in Canada (Office of the Parliamentary Budget Officer, 2016) en ontwikkelingen in de illegale markt in het Verenigd Koninkrijk (Giommoni & Gundur, 2018). Een ander online crowdsourcing platform voor zelf gerapporteerde prijsinformatie over cannabis is *Street Rx*.⁴⁴ Anderson en collega's (2013) hebben gebruik gemaakt van prijsdata via *High Times Magazine* tussen 1990 en 2011 om de effecten van wijzigingen in cannabisbeleid op de illegale markt te evalueren op het niveau van de staten in de VS. Onderzoekers als Boucher et al. (2013) en Dasgupta et al. (2013) hebben de betrouwbaarheid van de via crowdsourcing verzamelde prijsgegevens kunnen valideren

door deze te vergelijken met prijsgegevens uit officiële bronnen. Dit betrof bijvoorbeeld gegevens gebaseerd op beslagleggingen door rechtshandhavinginstanties.

Uitgaande van deze internationale ervaringen, hebben wij een vergelijkbaar online crowdsourcing platform opgezet. De kosten van deze methode zijn relatief laag in vergelijking met alternatieve methoden om op transactieniveau data over de illegale markt te verzamelen (zoals bijvoorbeeld veldwerk op locatie met potentiële cannabisconsumenten). Een belangrijke toegevoegde waarde van crowdsourcing is dat gegevens kunnen worden verzameld gedurende de gehele looptijd van het experiment en niet slechts op bepaalde meetmomenten. In tegenstelling tot de cross-sectionele data uit de enquêtes met coffeeshopbezoekers leidt deze benadering tot een doorlopende tijdreeks van observaties. De methode beoogt niet een cohort respondenten te volgen, waardoor er geen risico' op uitval is. Doordat respondenten het platform anoniem vanaf hun computer, tablet of smartphone kunnen bezoeken, proberen we een doelgroep te bereiken die buiten de coffeeshop, op de niet-gedoogde cannabismarkt aankopen doet. Deze groep is ondervertegenwoordigd in de enquêtes met coffeeshopbezoekers. Een belangrijke beperking van crowdsourcing is dat respondenten wordt gevraagd om – weliswaar anoniem – gevoelige informatie over een illegale transactie te delen met de onderzoekers. Hoewel er geen persoonsgegevens worden verzameld en het onderzoeksteam in dit geval geen micro-data zal delen met de opdrachtgever, merken wij dat deze methode toch een barrière opwerpt voor individuen.

43 Zie: <https://surveys-enquêtes.statcan.gc.ca/cannabis/>

44 Zie: <https://streetrx.com/usa> met portals voor de VS, Canada, Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Italië en Australië

Steekproeftrekking

Er is gebruik gemaakt van een zogenaamde 'convenience' steekproef, waarbij respondenten geworven worden op basis van zelfselectie. Gedurende het experiment kunnen ze meerdere keren gegevens invoeren. De grootste nadelen van crowdsourcing zijn dat de steekproef niet aselekt is en dat niet elke transactie als onafhankelijk kan worden beschouwd: één persoon kan namelijk meerdere transacties naar de website verzenden.

Werving van respondenten

Respondenten voor de enquête zijn op twee manieren geworven: 1) via kaartjes met een QR-code, en 2) met behulp van advertenties op socialmediaplatforms zoals Facebook en Instagram. De QR-kaartjes hebben de veldwerkers uitgedeeld tijdens hun bezoek aan de interventie- en vergelijkingsgemeenten. In totaal betrof dit enkele honderden kaartjes. De advertenties op sociale media zijn gericht op specifieke voor dit onderzoek relevante doelgroepen, zoals gebruikers in de controle- en interventiegemeenten en groepen met eigenschappen en voorkeuren die mogelijk samenhangen met cannabisgebruik. Aangezien

het niet mogelijk is om cannabis(consumptie) als voorkeur te selecteren voor de advertentiecampagne, hebben wij gekozen voor levensstijlmerken, zoals muziekfestivals en tabak en alcohol. Daarnaast zijn er aangepaste advertenties gericht op gebruikers die al eerder een advertentie onder ogen hebben gekregen (remarketing).⁴⁵

In principe kon iedereen met het juiste webadres toegang krijgen tot de survey. Een belangrijk verschil met een reguliere enquête is dat respondenten worden uitgenodigd om in de toekomst over hun transacties in de survey te rapporteren. Respondenten kunnen dus in de tijd meerdere observaties indienen. Uit privacyoverwegingen is ervoor gekozen deze terugkerende respondenten niet te traceren. Vanaf januari 2023 hebben we echter wel een extra vraag opgenomen waarin respondenten wordt gevraagd of het de eerste keer is dat zij de enquête hebben ingevuld.

Tabel 3.4 geeft enkele eigenschappen weer van de werving via sociale media en de resultaten ten aanzien van het bereik en de kliks naar de online survey.

45 Na een succesvolle start van de werving via sociale media in september en oktober 2021 zijn de advertenties tijdelijk geweigerd door Meta (het moederbedrijf van Facebook en Instagram) en is het advertentieaccount geblokkeerd. Dit heeft vermoedelijk te maken met de geautomatiseerde beoordeling of de advertenties in overeenstemming zijn met de gebruikersvoorwaarden. Hoewel onderzoek op dit onderwerp geoorloofd is, zijn commerciële uitingen gericht op cannabis niet toegestaan. Daardoor is het mogelijk dat de algoritmen van Meta de advertenties ten onrechte afkeuren. Pas na tussenkomst van een gespecialiseerd marketingbureau is de campagne in februari 2022 weer op gang gekomen.

Tabel 3.4 Overzicht van de resultaten van de werving via social media

Advertentie-eigenschappen*	Bereik**	Unieke indrukken***	Aantal kliks
Facebook Alcohol & Sigaretten	93.360	137.123	1.541
Facebook Games & Films	5.904	7.716	63
Facebook Muziekgenres, Festivals & Studenten	95.097	134.803	1.538
Facebook Remarketing	38.396	64.030	921
Instagram Alcohol & Sigaretten	47.488	64.972	1.035
Instagram Games & Films	3.552	3.976	48
Instagram Muziekgenres, Festivals & Studenten	59.321	79.390	1.505
Instagram Remarketing	25.371	33.417	1.007
Totaal	368.489	525.427	7.658

* De advertentie-eigenschappen in deze tabel hebben alleen betrekking op de periode vanaf 1 februari 2022. Vanwege de blokkering van het advertentie-account in november 2021 zijn deze data niet meer beschikbaar voor de periode ervoor.

** 'Bereik' is een indicatie van het aantal mensen dat de advertentie heeft gezien. Dit getal wordt door Meta geschat op basis van het gemiddeld aantal dagelijkse (DAU) en maandelijkse (MAU) Facebook- en Instagramgebruikers die aan de gespecificeerde kenmerken en criteria voldoen.

*** 'Unieke indrukken' heeft betrekking op het aantal keren dat de advertentie op het scherm van een persoon is verschenen.

Omdat vanuit privacyoverwegingen niet naar persoonsgegevens van de respondenten is gevraagd, hebben wij geen informatie over de demografische kenmerken van de respondenten in de resulterende steekproef. Wel hebben wij dergelijke informatie over de socialemediagebruikers die de advertentie

hebben aangeklikt. Hoewel niet bekend is of zij vervolgens de enquête ook hebben ingevuld, geeft dit een grove indicatie van de steekproefkenmerken. Duidelijk is dat mannen oververtegenwoordigd zijn en dat de steekproef weinig ouderen bevat (zie tabel 3.5).

Tabel 3.5 Demografische eigenschappen van de doelgroepen die de advertentie hebben aangeklikt

Aantal kliks	Leeftijdscategorie							Totaal	Percentage
	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+		
Vrouw	0	509	318	263	2	0	0	1.092	14,3%
Man	0	2.773	2.340	1.341	8	0	2	6.464	84,4%
Onbekend	0	67	18	16	1	0	0	102	1,3%
Totaal	0	3.349	2.676	1.620	11	0	2	7.658	100%
Percentage	0,0%	43,7%	34,9%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	100%	

Vragenlijst

Om respons te stimuleren, is de vragenlijst bewust kort gehouden met 18 vragen, die globaal overeenstemmen met de vragen uit de enquête voor coffeeshopbezoekers (zie hoofdstuk 5). Er is voor gekozen alleen gesloten vragen te stellen, om het risico te beperken dat respondenten persoonsgegevens of andere gevoelige informatie delen.

Alleen individuen die aangeven in de afgelopen maand cannabis (zowel wiet als hasj) buiten een coffeeshop te hebben gekocht, wordt gevraagd verder te gaan naar de vragenlijst. Dit om de kans te vergroten dat de herinnering aan deze transactie nog vers is. Respondenten konden vervolgens kiezen de vragenlijst in het Engels of in het Nederlands in te vullen. De belangrijkste onderwerpen van deze vragenlijst zijn:

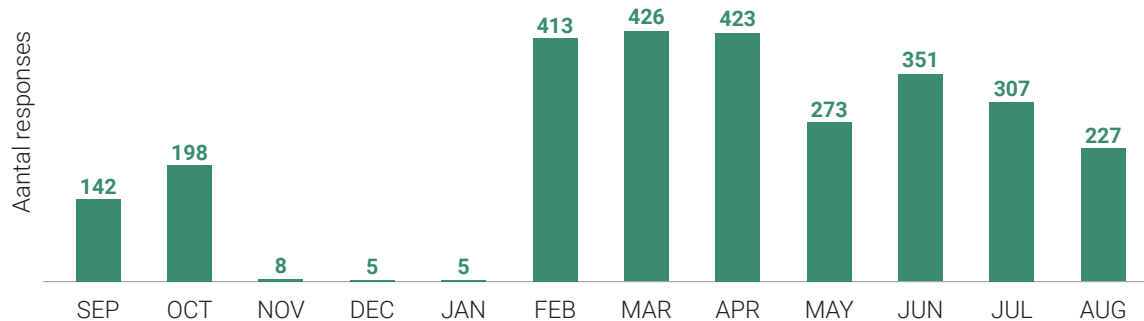
- locatie van aankoop (gemeente)
- moment van aankoop (datum)
- wijze van aankoop (via internet, straatdealer, 06-dealer, etc.)
- type product (hasj of wiet)
- soort hasj of wiet
- reden van aankoop op de illegale markt
- betaalde prijs (in euro's)
- hoeveelheid (in grammen)
- gebruikerservaring ten aanzien van geur of reuk, smaak en effecten.

Een beperking van deze vorm van dataverzameling is dat de verschillende eigenschappen van het aangeschafte product (gewicht, THC-gehalte, kwaliteitsindicatoren, etc.) niet expliciet kunnen worden afgeleid of geverifieerd. Het is niet mogelijk om monsters van de aangeschafte cannabis in het laboratorium te testen en bovendien is het moeilijk voor cannabisconsumenten een objectieve kwalificatie te geven van

aspecten als kwaliteit of sterkte (THC-gehalte). In de literatuur worden daarom doorgaans subjectieve criteria gebruikt om deze attributen te benaderen (zie bijvoorbeeld: Davis et al. 2016; Ouellet et al. 2017). Een dergelijke persoonlijke inschatting van de cannabiskwaliteit of -sterkte vertegenwoordigt weliswaar geen objectieve meting, maar geeft wel een indicatie van de gebruikerservaring. Uit diverse onderzoeken blijkt dat dergelijke waargenomen kwalificaties doorgaans sterk correleren met de cannabisprijs (Ben Lahkdar, 2009; Ben Lahkdar et al., 2016; Cole et al., 2008; Goudie et al., 2007; Sifaneck et al., 2007). De constatering dat deze methode om het zelfgerapporteerde gewicht te valideren een beperkte betrouwbaarheid heeft, komt overeen met de bevindingen van Van der Pol et al. (2013) en Van Laar et al. (2013).

Daarnaast hebben we voor de schatting van het gewicht een controlevraag toegevoegd, waarbij gebruik is gemaakt van foto's met verschillende gewichten cannabis en hasj. Omdat het werkelijke gewicht van transacties vaak afwijkt van wat de dealer aangeeft en omdat gebruikers vaak moeite hebben het gewicht van hun cannabisaankoop in te schatten, werd respondenten vijf fotokaarten met verschillende hoeveelheden hasj en wiet (achtereenvolgens 1, 2, 5, 10 en 20 gram met een liniaal en een creditcard als referentie) gepresenteerd. De respondenten werd niet verteld wat het gewicht van de wiet op elke foto was. De respondenten konden verklaren dat hun laatste aankoop van wiet het best overeenkwam: 1) met één van de foto's, 2) tussen twee opeenvolgende foto's in, 3) groter dan de grootste hoeveelheid die stond afgebeeld, of 4) kleiner dan de kleinste hoeveelheid die stond afgebeeld. Dit proces werd vervolgens herhaald voor hasj.

Figuur 3.1 Maandelijks respons gedurende de periode van de voormeting (1 september 2021 tot en met 31 augustus 2022)



Steekproefeigenschappen

De website is in september 2021 live gegaan en was toegankelijk voor cannabisconsumenten met informatie over prijs en kwaliteit van cannabis die in Nederland is gekocht. In dit rapport bespreken we de resultaten van de voormeting gedurende de periode van 1 september 2021 tot en met 31 augustus 2022.⁴⁶ Over deze periode zijn 2.776 antwoorden verzameld. Voor 683 bezoekers (24,6%) werd de vragenlijst voortijdig beëindigd, omdat zij niet in de afgelopen maand cannabis in Nederland maar cannabis buiten de coffeeshop hadden gekocht. De steekproef bevat daarom 2.093 geldige antwoorden. De werving via QR-kaartjes lijkt weinig effectief te zijn geweest, aangezien slechts 35 geldige responses (1,67% van de geldige antwoorden) via QR-codes werden geregistreerd in het systeem. We hebben deze wervingmethode vooral gebruikt als aanvullende wervingwijze gericht op doelgroepen die niet via sociale media te bereiken zijn. Hoewel wij in de volgende onderzoeksfases voorrang zullen blijven geven

aan online werving, blijven wij QR-kaarten verspreiden zolang de voorraad strekt. De overige responses kwamen via een hyperlink, vermoedelijk de advertentie op sociale media.

Hoewel de werving via advertenties en het uitdelen van QR-kaartjes is gericht op respondenten in interventie- en vergelijkingsgemeenten, vond een deel van de laatste transacties buiten de coffeeshop plaats in gemeenten buiten de controle- of experimentele groep. Niettemin vond meer dan de helft van de observaties plaats in interventiegemeenten (n=793, 38%) en vergelijkingsgemeenten (n=407, 19%), waarvan verreweg de meeste in Groningen (n=237, 19,8%), gevolgd door Arnhem (n=104, 8,7%) en Almere (n=95, 7,9%). Gemeenten met de minste observaties waren Tiel (n=9, 0,8%), Hellevoetsluis (n=14, 1,2%) en Zutphen (n=23, 1,9%). Daarnaast hebben we een groot aantal observaties uit aangrenzende en overige gemeenten geregistreerd. Een overzicht van de geografische spreiding van de observaties staat in tabel 3.6.

46

Dit wijkt af van de onderzoeksperiode van andere onderzoeksactiviteiten, omdat er in dit geval sprake is van een doorlopende dataverzameling. Bij overige onderzoeksactiviteiten is er per onderzoeksgemeente veldwerk verricht gedurende ongeveer een week in de periode van september 2021 tot december 2021 en is dus slechts sprake van een momentopname.

Tabel 3.6 De gemeenten waarop de steekproefwerving zich richtte plus het aantal observaties van transacties per gemeente

Gemeente	Frequentie	Percentage
Almere	95	7,9%
Arnhem	104	8,7%
Breda	54	4,5%
Enschede	88	7,6%
Groningen	237	19,8%
Heerlen	90	7,5%
Hellevoetsluis	14	1,2%
Helmond	41	3,4%
Leeuwarden	58	4,8%
Leiden	40	3,3%
Lelystad	39	3,3%
Maastricht	44	3,7%
Nijmegen	62	5,2%
Roermond	19	1,6%
Tiel	9	0,8%
Tilburg	66	5,5%
Utrecht	90	7,5%
Zaanstad	25	2,1%
Zutphen	23	1,9%
Totaal interventie- en vergelijkingsgemeenten	1.198	100%
Naburige experimentele groep	168	18,8%
Naburige controlegroep	62	6,9%
Overige gemeenten	665	74,3%
Totaal naburige en overige gemeenten	895	100%
Totaal	2.093	

3.6. Analyse cijfers politie

Over alle Nederlandse gemeenten is cijfermatige systeemkennis verzameld in de vorm van landelijke politiecijfers. Voor het registreren van incidenten die te maken hebben met de Opiumwet, heeft de politie in het computersysteem Basisvoorziening Handhaving (BVH) enkele categorieën – zogeheten maatschappelijke klassen – tot haar beschikking. Deze data worden bij elke meting voor het onderzoek ontsloten, om zo zicht te krijgen op de ontwikkelingen in deze incidenten en misdrijven na de aanstaande introductie van de gesloten coffeeshopketen.

In 2020 hebben de onderzoekers toestemming verkregen van het College van procureurs-generaal voor de data-uitvraag. Vervolgens is bij analisten van de politie het verzoek gedaan om voor de volgende maatschappelijke klassen (MK's) de aantallen incidenten en misdrijven aan te leveren: E38: overlast in verband met alcohol/drugs, F40: bezit harddrugs (lijst I), F41: bezit softdrugs (lijst II), F42: handel en dergelijke in harddrugs (lijst I), F43: handel en dergelijke in softdrugs (lijst I), F44: vervaardigen harddrugs (lijst I), en F45: vervaardigen

softdrugs (lijst II). Met deze MK's worden alle incidenten en misdrijven die verband houden met zowel soft- als harddrugs ontsloten. Het aan de onderzoekers verstrekte bestand bevatte data van alle Nederlandse gemeenten voor de periode januari 2019 tot en met november 2021. De gegevens zijn aangeleverd en descriptief geanalyseerd in Excel met behulp van de draaitabelfunctie.

Het is van belang op te merken dat een incident pas als misdrijf wordt gekenmerkt wanneer de MK een misdrijf betreft en daaraan ook een aangifteformulier met aangever is gekoppeld of een verdachte/slachtoffer is toegevoegd. Ook is het aantal incidenten/misdrijven gebaseerd op de registraties in de politiestructuren. Als een eenheid meer incidenten registreert, betekent dit niet automatisch dat het fenomeen in de betreffende eenheid ernstiger is, maar kan dit te maken hebben met de registratiewijze (of registratiediscipline) binnen deze eenheid. Verder benoemen we alvast dat toekomstige resultaten kunnen afwijken van de in dit rapport gepresenteerde aantallen vanwege een mogelijk naijleffect. Registraties kunnen namelijk op basis van nieuwe inzichten op een later moment worden aangepast.

4 Aanbod van coffeeshops

Kernpunten van dit hoofdstuk

- In 110 coffeeshops werden menukaarten geanalyseerd. Op deze menukaarten stonden in totaal 3.849 items: gemiddeld 22,3 per coffeeshop.
- Wiet werd verkocht in 110 coffeeshops (100%), gemiddeld 10,4 unieke wietproducten op ieder menu.
- De gemiddelde prijs die voor een gram van de nederwietsoorten op het menu moest worden betaald, was € 10,87.
- Gruis, buitenwiet en buitenlandse wiet waren goedkoper dan nederwiet. VS-wiet was duurder dan nederwiet.
- In 108 coffeeshops werd hasj verkocht, gemiddeld stonden er 5,3 unieke hasjproducten op het menu. Dit betrof met name buitenlandse hasj.
- De gemiddelde prijs die voor een gram van buitenlandse hasj op het menu moest worden betaald, was € 10,78. De prijs voor een gram nederhasj (€ 14,37) verschilde significant.
- Gemiddeld zijn er significant meer wietproducten dan hasjproducten terug te vinden op de coffeeshopmenu's, maar er is geen verschil in de gemiddelde prijs per gram van hasj en wiet.
- 105 coffeeshops verkochten voorgedraaide joints, 30% van de coffeeshops verkocht naast joints met tabak ook joints zonder tabak. Joints zonder tabak zijn gemiddeld duurder dan joints met tabak.
- 35% van de coffeeshops verkocht edibles (prijs per stuk gemiddeld € 8,85).
- 25% van de coffeeshops verkocht CBD-wiet of -hasj (prijs per gram gemiddeld € 6,63).

Door in alle coffeeshops in de interventie- en vergelijkingsgemeenten een menukaartanalyse uit te voeren, is het aanbod van cannabisproducten en bijbehorende prijsinformatie geregistreerd. Hieronder beschrijven we de resultaten van deze menukaartanalyse.

4.1. Aanbod van cannabis (typen/variëteiten, prijs)

Van de 129 coffeeshops die bezocht werden, werd in 110 shops (85%) toestemming gekregen voor het fotograferen van de menukaart. Op de 110 menukaarten stonden

in totaal 3.849 items. Wanneer uitsluitend unieke items op de menukaarten werden geteld (dus meerdere gewichten van hetzelfde product als één item geteld), was het totaal 2.452: gemiddeld $22,3 \pm 10,5$ per coffeeshop

(mediaan 21). De coffeeshop met het minst grote aanbod had een menukaart met vier unieke items, terwijl de coffeeshop met de meest uitgebreide menukaart 64 verschillende, unieke items aanbood.

Tabel 4.1 Aanbod en prijs cannabissoorten in de Nederlandse coffeeshops voor elke subklasse

Klasse	Subklasse	Aantal items in database	Aantal unieke productnamen in database	Aantal coffeeshops (percentage van totaal)	Gemiddelde prijs \pm SD (mediaan) (EUR per gram of stuk)*
Wiet	<i>Nederwiet</i>	1.661	434	110 (100%)	$10,87 \pm 2,27$ (10,70)
	<i>VS-wiet</i>	82	41	18 (16,4%)	$24,99 \pm 7,87$ (25,71)
	<i>Gruis**</i>	120	44	60 (54,5%)	$6,36 \pm 1,91$ (6,38)
	<i>Buitenlandse wiet</i>	24	5	12 (10,9%)	$5,12 \pm 1,65$ (5,50)
	<i>Buitenwiet</i>	14	11	7 (6,4%)	$6,68 \pm 1,47$ (7,00)
Hasj	<i>Nederhasj</i>	37	13	25 (22,7%)	$14,37 \pm 9,75$ (12,50)
	<i>Buitenlandse hasj</i>	873	280	107 (97,3%)	$10,78 \pm 4,28$ (10,00)
CBD	<i>CBD-wiet</i>	34	19	25 (22,7%)	$6,65 \pm 1,77$ (6,50)
	<i>CBD-hasj</i>	3	3	3 (2,7%)	$6,44 \pm 1,71$ (6,00)
Joints	<i>Joint met tabak</i>	738	337	105 (95,5%)	$4,58 \pm 2,97$ (4,00)
	<i>Joint zonder tabak</i>	81	59	33 (30%)	$5,37 \pm 2,34$ (5,00)
Edibles	<i>Edibles</i>	131	92	38 (34,5%)	$8,85 \pm 7,54$ (7,00)
Overig	<i>Concentraat</i>	33	14	17 (15,5%)	$34,91 \pm 11,24$ (35,00)
	<i>Olie</i>	12	11	5 (4,5%)	$55,33 \pm 48,88$ (40,75)
	<i>Supplementen</i>	4	3	2 (1,8%)	$45,50 \pm 30,48$ (54,00)
	<i>Overig</i>	2	2	1 (0,9%)	n.v.t.

* Voor cannabisproducten in de klassen wiet, hasj, CBD en overig is de gegeven prijs per gram, voor joints en edibles is dit per stuk.

** Ook wel 'mix' of 'kleine toppen' genoemd: dit zijn vaak restanten van (diverse) soorten nederwiet.

Op de menukaarten kwam nederwiet⁴⁷ (1.661 items) het meeste voor, gevolgd door buitenlandse hasj (873 items). Naast nederwiet werden in de coffeeshop ook buitenlandse wiet (24 items), buiten gekweekte wiet (14 items), gruis/mix (120 items), VS-wiet (82 items) en CBD-wiet (34 items) verkocht. Van hasj werd naast de traditionele hasj ook nederhasj (37 items) en CBD-hasj (3 items) verkocht. Het product dat na de nederwiet en buitenlandse hasj het meest werd aangeboden, waren joints met tabak (738). Ook verkochten de coffeeshops pure joints of met tabaksvervanger (in totaal 81 items). Edibles (zoals bijvoorbeeld spacecake of milkshakes) kwamen 131 maal voor op de menu's. Een enkele keer werden ook concentraten (voornamelijk Moonrocks) aangeboden (33 keer), CBD-olie (12 keer) en supplementen (6 items). In de categorie 'overig' werden twee CBD-houdende crèmes aangeboden, maar hierover was geen prijsinformatie beschikbaar (zie tabel 4.1).

Wiet

Alle 110 coffeeshops verkochten wiet. Gemiddeld stonden er 10,4 (standaarddeviatie: 5,3) unieke wietproducten op ieder menu (minimaal 2 en maximaal 32, met een mediaan van 9). Zoals ook is te zien in figuur 4.1, verkopen de meeste coffeeshops tussen de 2 en 20 soorten en heeft slechts een enkeling meer soorten op de kaart staan. Op het moment van bezoek werden 434 nederwietsoorten met unieke productnamen verkocht, waarmee dit veruit de meest diverse subklasse cannabisproducten in de coffeeshops is. Nogmaals, de namen komen niet noodzakelijkerwijs overeen met de daadwerkelijke soorten.

De namen die het meest op de coffeeshopmenukaarten stonden, waren White Widow, gevolgd door Amnesia Haze, Amnesia, Lemon Haze en Silver Haze (zie tabel 4.2). Dit zijn allemaal nederwietsoorten. De kans is groot dat enkele van de in totaal 434 unieke productnamen verwijzen naar dezelfde soorten. Dit is echter niet te traceren.

Tabel 4.2 Top 10 meest voorkomende productnamen in de klasse wiet

Wietsoort	Verkocht in hoeveel coffeeshops (percentage van totaal)	Gemiddelde prijs EUR per gram \pm SD (mediaan)
White Widow	52 (47,3%)	9,09 \pm 0,93 (9,00)
Amnesia Haze	44 (40,0%)	10,88 \pm 1,48 (11,00)
Amnesia	34 (30,9%)	10,73 \pm 0,97 (10,68)
Lemon Haze	32 (29,1%)	11,48 \pm 3,41 (11,00)
Silver Haze	28 (25,5%)	10,83 \pm 1,39 (10,75)
Power Plant	21 (19,1%)	9,22 \pm 1,34 (9,50)
Bubble Gum	21 (19,1%)	11,09 \pm 2,42 (10,00)
Enemy of the State	20 (18,2%)	9,70 \pm 1,95 (9,30)
Sneeuwitje	15 (13,6%)	9,52 \pm 1,51 (10,00)
Super Silver Haze	15 (13,6%)	11,39 \pm 1,65 (11,54)

De prijzen van de vijf meest voorkomende soorten waren niet gelijk: White Widow is goedkoper in vergelijking met de andere wietsoorten in de top 5 ($p < 0,0001$). De andere soorten verschilden niet significant qua prijs. Opvallend is ook dat de meest aangeboden wietsoorten redelijk goed overeenkomen met de meest gekochte wietsoorten zoals volgt uit de enquête. Dit waren Haze, Amnesia, White Widow, Lemon Haze en Silver Haze.

De gemiddelde prijs die voor een gram van de nederwietsoorten op het menu moest worden betaald was € 10,87±2,27 (mediaan € 10,70, minimum € 2,40, maximum € 25). De grote spreiding heeft onder andere te maken met het feit dat sommige wietproducten alleen in bulk worden verkocht: bijvoorbeeld in 5-gramsverpakkingen. Deze zullen vrij goedkoop zijn. Sommige speciale, exclusievere wietsoorten zijn juist erg prijzig. De gemiddelde prijs voor een gram gruis (€ 6,36±1,91) is significant lager dan die van de reguliere nederwietproducten ($p < 0,0001$). Een andere regelmatig aangeboden wietsoort waren producten die door de coffeeshops geafficheerd werden als VS-wiet (of Cali-wiet). Voor deze soorten moest gemiddeld € 24,99±7,87 per gram betaald worden, wat aanzienlijk meer is dan voor de nederwiet ($p < 0,0001$). Buitenwiet werd veel minder aangeboden (14 items, prijs per gram € 6,68±1,47) net als wiet uit het buitenland (24 items, prijs per gram € 5,12±1,65). Beide soorten zijn aanzienlijk goedkoper dan nederwiet ($p < 0,0001$).

In een aantal shops (ongeveer 70% van de 110) is bij het personeel uitgevraagd welke wietsoort het meest verkocht werd, welke wietsoort verondersteld werd het sterkste te zijn, en welke 'milde' wietsoort het best werd verkocht. De soort die volgens het personeel het meest werd verkocht, kostte gemiddeld € 10,86±1,69 ($n=82$ coffeeshops, minimum € 6,00 en maximum € 15). In 35 van de 82

coffeeshops is de meest verkochte wietsoort in de top 5 meest voorkomende wietsoorten terug te vinden. Dit relatief lage aandeel kan het gevolg zijn van een focus van coffeeshops op de verkoop van 'bijzondere' cannabisproducten. Alle cannabisproducten die als meest verkocht werden opgegeven, waren nederwietsoorten. De verondersteld sterkste soort werd gemiddeld verkocht voor € 13,54±5,41 ($n=77$, minimum € 6, maximum € 40). In 29 van de 77 shops behoorde de sterkste wiet tot de vijf soorten die het meest op de menukaarten stonden. Zes soorten waren VS-wiet – dit verklaart ook de grote spreiding in prijs, aangezien VS-wiet gemiddeld duurder is dan nederwiet. De meest verkochte milde wiet stond voor gemiddeld € 9,24±1,47 per gram op de menukaart ($n=78$, minimum € 4,50, maximum € 15).

Hasj

In 108 coffeeshops werd hasj verkocht, in 2 niet. Gemiddeld stonden er 5,3±3,0 unieke hasjproducten op het menu (mediaan 5, minimaal 1 en maximaal 21). Op het moment van bezoek werden 272 unieke hasjsoorten verkocht. Zoals ook is te zien in figuur 4.1, verkopen de meeste coffeeshops 1 tot 12 soorten en heeft slechts een enkeling meer soorten op de kaart staan. Op het moment van bezoek werden 280 unieke buitenlandse hasjproducten verkocht, en 13 unieke nederhasjproducten.

De meest voorkomende hasjsoorten waren Polm, Super Polm, Beldia, Afghaan en Zero Zero (zie tabel 4.3). Deze namen worden over het algemeen gegeven aan Marokkaanse hasjsoorten, op Afghaan na. Afghaan is gemiddeld goedkoper dan Beldia ($p < 0,01$), Super Polm ($p < 0,001$) en Zero Zero ($p < 0,05$). Beldia is gemiddeld duurder dan Polm ($p < 0,05$). Verder in de top 10 meest voorkomende hasjproducten vinden we Amnesia Hasj: deze is, net als Afghaan,

Tabel 4.3 Top 10 meest voorkomende productnamen in de klasse hasj

Hasjsoort	Verkocht in hoeveel coffeeshops (percentage van totaal)	Gemiddelde prijs EUR per gram \pm SD (mediaan)
Polm	24	9,85 \pm 8,41 (8,25)
Super Polm	24	9,92 \pm 2,00 (10,00)
Beldia	19	12,21 \pm 4,33 (13,00)
Afghaan	14	6,61 \pm 1,39 (6,34)
Zero Zero	13	9,25 \pm 1,96 (10,00)
Ketama	12	7,92 \pm 2,25 (8,41)
Hiya	11	11,74 \pm 2,80 (12,50)
Amnesia Hasj	10	9,61 \pm 1,59 (10,00)
Maroc	10	8,60 \pm 3,30 (8,00)
Kashmir	9	12,06 \pm 3,78 (13,00)

waarschijnlijk geen Marokkaanse hasjsoort. Opvallend is dat de meest aangeboden hasjsoorten ook goed overeenkomen met de meest gekochte soorten zoals volgt uit de enquête. Dit waren Polm, Hiya/Hia, Marok, Super Polm en Amnesia Hasj.

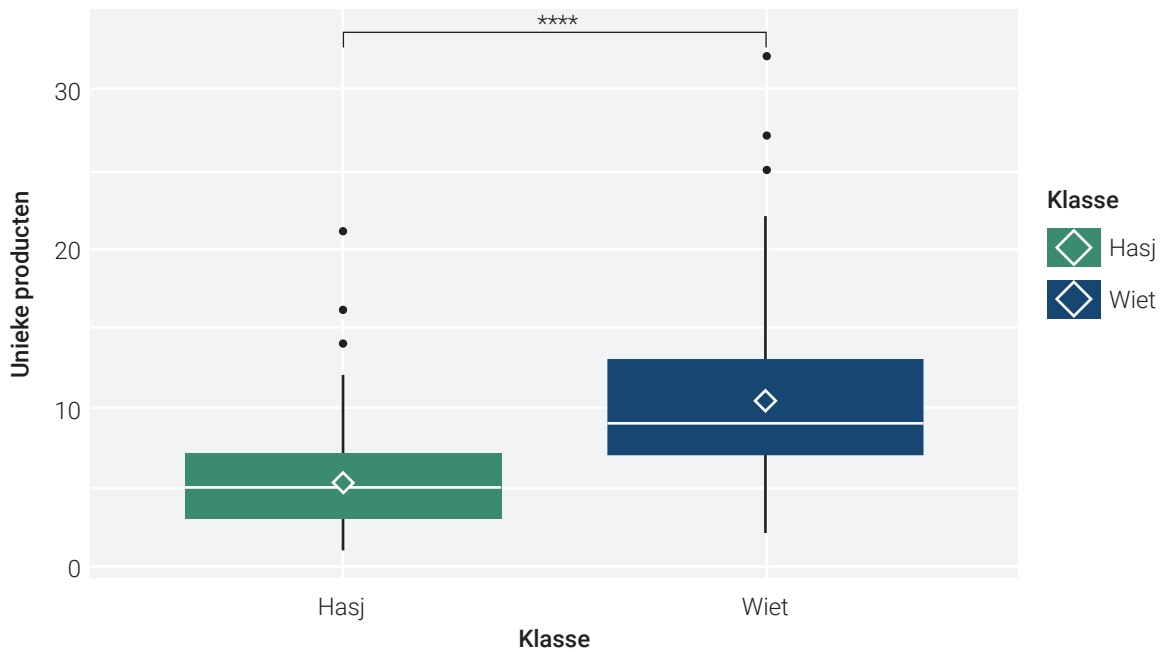
Voor een gram buitenlandse hasj die op de menu's stond, moest gemiddeld € 10,67 \pm 4,21 per gram worden betaald (mediaan € 10, minimum € 3 en maximum € 47,50). Ook hier geldt dat de spreiding kan worden verklaard doordat sommige producten alleen in bulk worden verkocht, naast het voorkomen van exclusieve, prijzige hasjsoorten op de menu's. Voor een gram nederhasj moest gemiddeld € 14,37 \pm 9,75 (mediaan € 12,50, minimum € 6 en maximum € 60). Deze hasjsoorten, die gemaakt worden van nederwietsoorten, verschilden qua prijs per gram significant van de buitenlandse hasjsoorten in de database ($p < 0,01$).

De volgens de coffeeshop meest verkochte hasj was gemiddeld € 10,36 \pm 2,47 ($n=76$, minimum € 4,67, maximum € 17,50). In slechts 15 van de 76 shops behoorde de best verkochte hasj tot de vijf hasjsoorten die het meest op de menukaarten stonden.

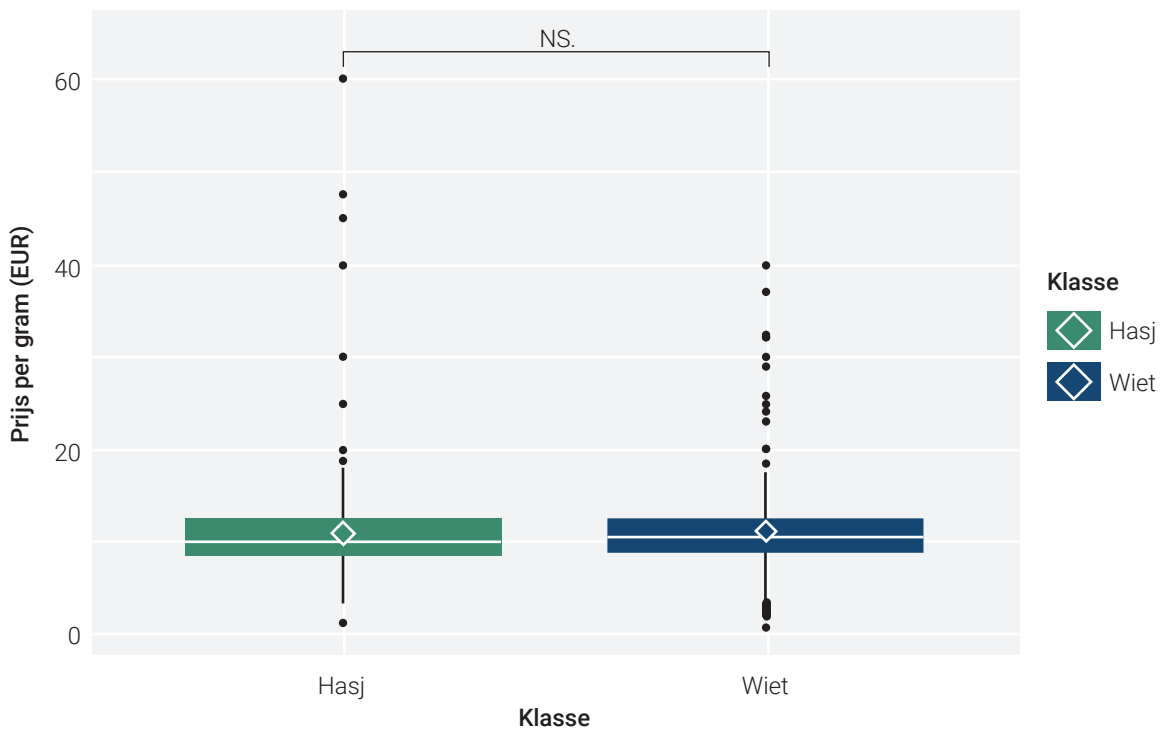
Vergelijking aanbod en prijs hasj- en wietproducten

Onderstaande figuren 4.1 en 4.2 tonen een vergelijking tussen respectievelijk het aantal hasj- en wietproducten per coffeeshopmenu, en de prijs per gram voor hasj- en wietproducten. Gemiddeld zijn er significant meer wietproducten terug te vinden op de coffeeshopmenu's ($p < 0,0001$), maar is er geen verschil in de gemiddelde prijs per gram van hasj en wiet. Het grotere aantal wietproducten op de menu's is te verklaren door het grotere aantal cannabisconsumenten in Nederland dat wiet preferereert boven hasj.

Figuur 4.1 Aantal unieke hasj- en wietproducten per coffeeshopmenu ($p < 0,0001$). Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



Figuur 4.2 Gemiddelde prijs per gram voor hasj- en wietproducten. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters

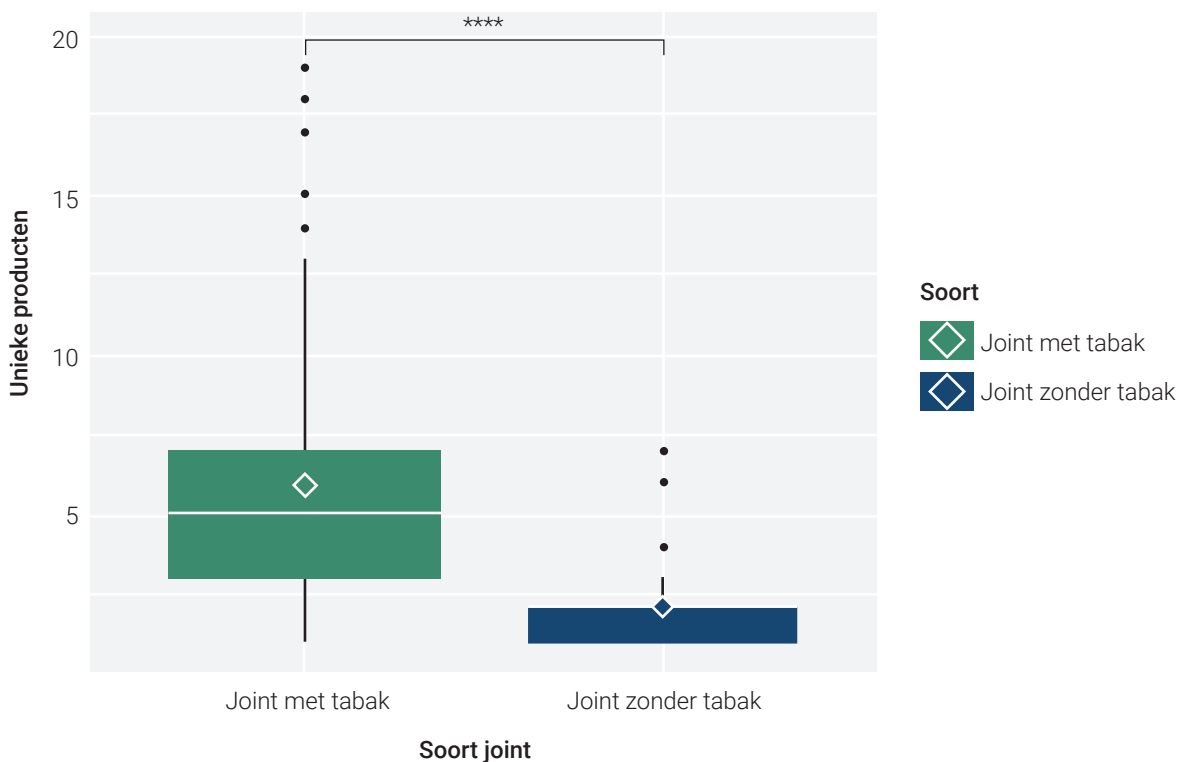


Joints

Van de 110 bezochte coffeeshops verkochten er 105 voorgedraaide joints. De gemiddelde coffeeshop had $6,3 \pm 4,4$ unieke jointproducten op zijn menukaart staan (mediaan 5, minimum 1, maximum 21). In totaal stonden er 396 verschillende joints op de menukaarten: 337 hiervan bevatten tabak, 59 niet. Vaak ontbrak specifieke informatie, maar de tabakshoudende joints zouden meestal tussen de 0,3 en 0,4 gram cannabis bevatten. Ook werden er incidenteel zwaardere 'partyjoints' aangeboden, die (flink) duurder

en groter van formaat zijn. Ook worden joints aangeboden die gemaakt zijn van exclusievere cannabissoorten. Gemiddeld stonden er $5,9 \pm 4,1$ (mediaan 5, minimum 1, maximum 19) unieke jointproducten met tabak op de menu's. Dit was significant meer ($p < 0,0001$) dan het gemiddeld aantal unieke jointproducten **zonder** tabak per menu: $2,1 \pm 1,5$ (mediaan 2, minimum 1, maximum 7) (zie ook figuur 4.3). Dit sluit aan bij de meest voorkomende gebruikswijze van cannabis in Nederland: wiet of hasj in een joint met tabak.

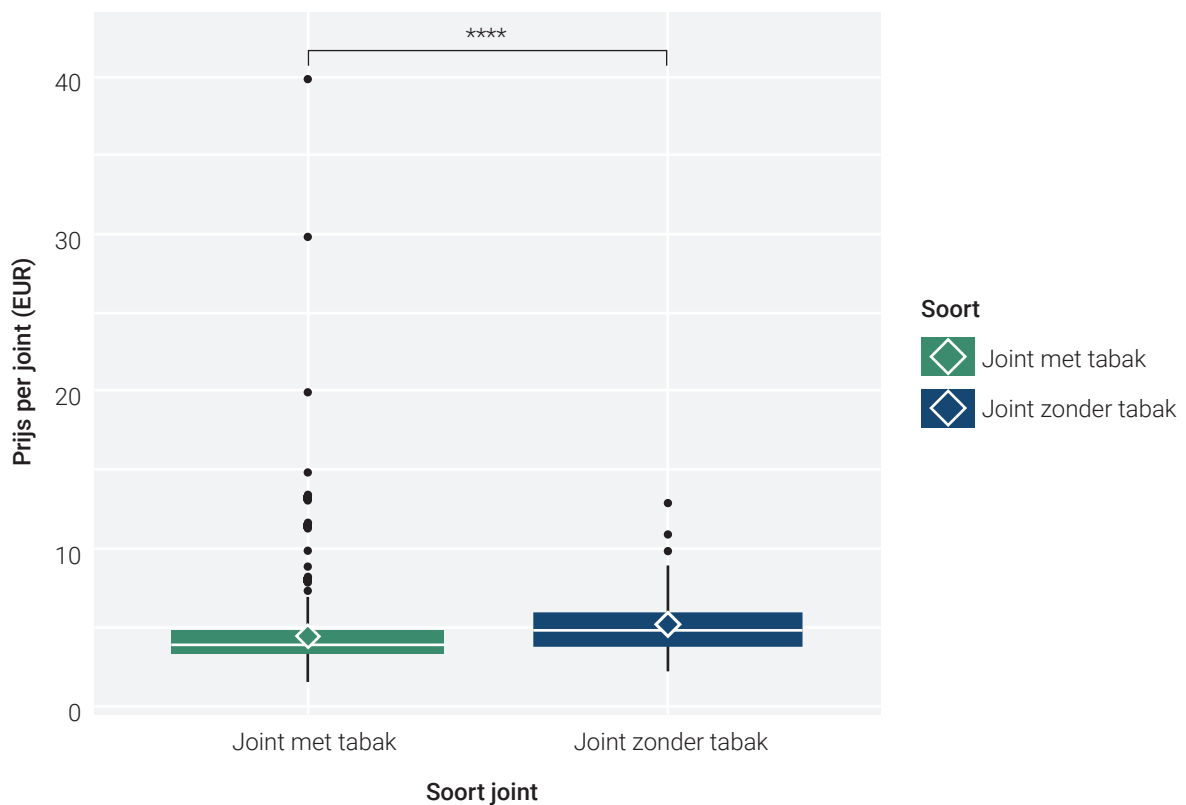
Figuur 4.3 Aantal joints met en zonder tabak per coffeeshop ($p < 0,0001$). Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters.



De joints met tabak kosten gemiddeld € 4,58±2,97 (mediaan € 4, minimum € 1,67, maximum € 40) per joint. Dit is minder dan de joints zonder tabak, die gemiddeld € 5,37±2,34 (mediaan € 5, minimum € 2,30, maximum

€ 13) kostten ($p < 0,0001$) (zie ook figuur 4.4). Joints zonder tabak zullen, zeker als geen tabaksvervangers worden gebruikt, meer cannabis bevatten dan joints met tabak. Dit verklaart de hogere prijs.

Figuur 4.4 Prijs per joint met en zonder tabak ($p < 0,0001$). Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, doos = 1e kwartiel - 3e kwartiel, snorren = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



Tabel 4.4 Top 10 meest voorkomende productnamen in de klasse joints

Jointsoort*	Verkocht in hoeveel coffeeshops (percentage van totaal)	Gemiddelde prijs EUR per joint ± SD
Haze joint	34 (30,9%)	4,58 ± 0,75 (4,50)
Hash joint	17 (15,5%)	3,69 ± 0,63 (3,50)
Hasj joint	17 (15,5%)	3,49 ± 0,65 (3,00)
Mix joint	17 (15,5%)	3,84 ± 0,78 (4,00)
Weed joint	16 (14,5%)	3,45 ± 0,53 (3,50)
Haze	13 (11,8%)	4,52 ± 0,59 (4,50)
Wiet joint	13 (11,8%)	3,43 ± 0,65 (3,50)
Amnesia	11 (10,0%)	4,20 ± 0,71 (4,00)
White Widow	11 (10,0%)	3,36 ± 0,64 (3,00)
Ice-O-Lator joint	8 (7,3%)	4,74 ± 0,84 (5,00)

* Hasj joint en Hash joint, Wiet joint en Weed joint, en Haze joint en Haze verwijzen waarschijnlijk naar dezelfde producten.

De meest voorkomende jointsoorten waren Haze, Hash, Hasj, Mix en Weed joints (zie Tabel 4.4), waarbij Hasj joints en Hash joints verschillende spellingen van hetzelfde product zijn. Hetzelfde geldt voor Weed joints en Wiet joints. Waarschijnlijk zijn Haze en Haze joints ook dezelfde producten. De Haze Joint is duurder dan de Hash Joint ($p < 0,01$), de Hasj en Weed Joint ($p < 0,001$) en de Mix Joint ($p < 0,05$).

Overige cannabisproducten

Waar vrijwel alle coffeeshops hasj, wiet en joints verkopen, staan er incidenteel ook andere producten op het menu. In 35% van de bezochte coffeeshops werden edibles verkocht. Gemiddeld hadden deze coffeeshops 3,2±3,2 unieke eetbare producten (mediaan 2, minimum 1, maximum 18) op het menu staan. Het ging hierbij om een divers aanbod. Meest voorkomend zijn spacecake, spacemuffins en stroopwafels. Ook werden bonbons en

chocola, milkshakes en snoep verkocht. Soms werd hierbij vermeld hoeveel cannabis of zelfs hoeveel THC erin zou zitten, maar meestal niet. Omdat het ging om een grote diversiteit aan producten, verschilde de prijs per stuk ook aanzienlijk (gemiddeld € 8,85±7,54, mediaan € 7, minimum € 0,90 en maximum € 50).

In 26 van de 110 coffeeshops was CBD-wiet of -hasj te koop (23,6%). Deze producten worden verondersteld geen of weinig van het psychoactieve THC te bevatten. Dit kunnen wij in deze meting dus niet bevestigen. De meeste shops verkochten één product, sommige twee. Het ging hierbij 27 maal om CBD-wiet en driemaal om CBD-hasj. De gemiddelde prijs per gram van de CBD-producten was € 6,63±1,73 (mediaan € 6,25, minimum € 2,50 en maximum € 10).

In nog mindere mate werden concentraten verkocht, zoals Moonrocks (wiettoppen gedrenkt in cannabisolie en vervolgens

gerold door kiefpoeder), Honey Crumble (een kruimelig, wasachtig cannabisconcentraat) en vape-cartridges (eenmaal aangeboden). Ook werden in een enkele coffeeshop CBD-olie of supplementen verkocht.

4.2. Vergelijking met vorig onderzoek

In opdracht van de commissie-Knottnerus heeft het Trimbos-instituut begin 2018 een vergelijkbare menukaartanalyse uitgevoerd (Rigter & Niesink, 2018). Deze analyse werd gedaan op basis van gedurende de periode 2004-2018 op internet geplaatste coffeeshopmenu's. Het ging destijds om 241 menukaarten, waarvan 134 menukaarten van Amsterdamse coffeeshops waren en 107 van coffeeshops in de rest van het land (waaronder coffeeshops in 3 interventie- en 3 vergelijkingsgemeenten). Omdat de Amsterdamse coffeeshops significant meer producten op de menukaart hadden staan én omdat voor het huidige onderzoek naar het experiment géén Amsterdamse coffeeshops worden meegenomen, is het goed de 107 niet-Amsterdamse coffeeshops uit 2018 te vergelijken met de 110 coffeeshops uit het huidige onderzoek.

Het gemiddeld aantal wietproducten op de coffeeshopmenu's was bij de 107 niet-Amsterdamse shops in 2018 $9,7 \pm 5,5$. In de

huidige analyse betrof dit een gemiddelde van $10,4 \pm 5,3$. Bij de 107 coffeeshops uit 2018 stonden gemiddeld $6,1 \pm 3,5$ hasjsoorten op de menukaart. Bij het huidige onderzoek zijn dit er $5 \pm 3,0$. Het lijkt erop dat het aantal wiet- en hasjproducten dat gemiddeld op de menu's staat, niet veel is veranderd.

Veel van de veelvoorkomende wietsoorten uit de menukaarten die voor het rapport uit 2018 zijn geanalyseerd, komen ook in de huidige analyse naar boven (bijvoorbeeld White Widow, Amnesia Haze, Amnesia en Lemon Haze). De prijs per gram voor de populaire wietsoorten lag ook in het 2018-rapport gemiddeld tussen de € 9 en € 12. Hetzelfde geldt voor de gerapporteerde hasjsoorten. Ook in het onderzoek uit 2018 kwamen soorten als (Super) Polm, Afghaan en Ketama veel voor, en ook de prijzen per gram lagen in het onderzoek uit 2018 voor de veelvoorkomende hasjsoorten gemiddeld tussen de € 6 en € 10. Een directe vergelijking is lastig: het marktaandeel is onduidelijk, en de meest aangeboden soort is niet per se de meest verkochte soort (zie ook hierboven). Voor het onderzoek van 2018 zijn bovendien menu's verzameld in verschillende jaren in plaats van in een paar maanden. Wel beschrijft het rapport van 2018 een prijsstijging door de jaren. Die is ook waarneembaar in de meerjarige analyses van de cannabisprijs in de THC-monitor.

5 De coffeeshop en zijn bezoekers

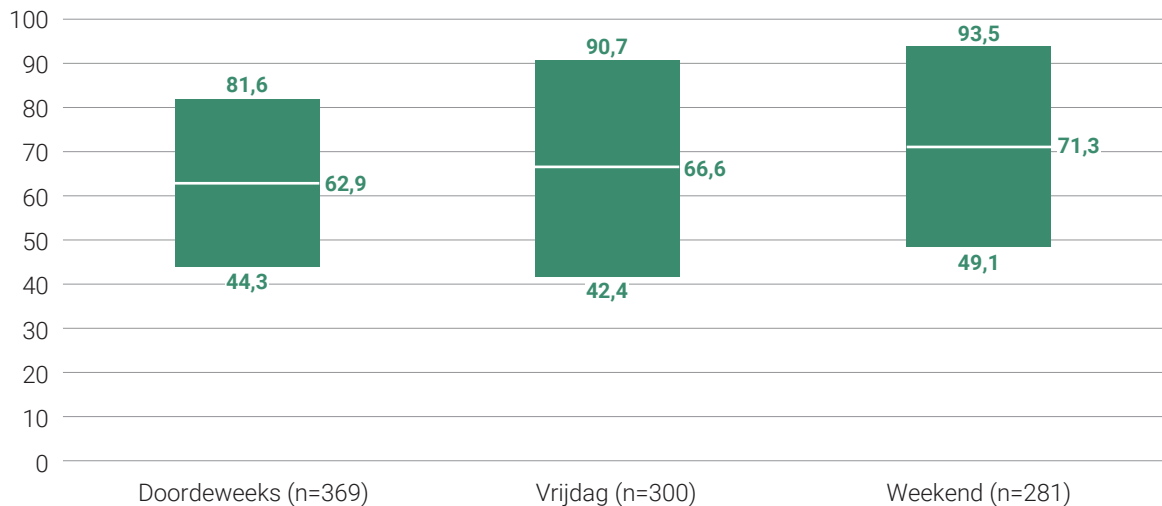
Kernpunten van dit hoofdstuk

- De tellingen van coffeeshopbezoekers lieten zien dat de coffeeshops gemiddeld zo'n 650 bezoekers per dag verwerken.
- Uit enquêtes onder bezoekers die zojuist een aankoop hadden gedaan bij één van de deelnemende coffeeshops, bleek dat 75% van de respondenten wiet had gekocht, 20% hasj en 5% zowel wiet als hasj.
- Slechts een klein percentage (<5%) van de respondenten gaf aan weleens buiten coffeeshops (e.g. in het illegale circuit of medicinale cannabis bij de apotheek) aankopen te hebben gedaan.
- De drie belangrijkste redenen die respondenten gaven om in de betreffende coffeeshop aankopen te doen waren 1) gunstig en goed te bereiken locatie, 2) verkoop van hoge kwaliteit cannabis en 3) een goede sfeer/gezelligheid/vriendelijk personeel.
- Het merendeel (89%) van de respondenten was (heel) tevreden over de cannabis van de coffeeshop waar ze zojuist hadden gekocht. Met name vanwege de hoge kwaliteit, gewenste effecten en de constante kwaliteit/sterkte/hoeveelheid.
- Ruim twee derde (70%) van de respondenten die in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet gebruikten, deed dit op 20 dagen of meer.
- De meerderheid van de coffeeshopbezoekers (59%) gaf aan in de afgelopen 30 dagen alleen wiet te hebben gebruikt, 15% gaf aan meestal wiet te hebben gebruikt. Een op de zeven coffeeshopbezoekers (13%) gebruikte alleen hasj en 5% meestal.
- De overgrote meerderheid (94%) van de laatste-maandgebruikers gebruikte hasj of wiet in een joint (met tabak).
- Bijna twee derde (65%) van de coffeeshopbezoekers scoort positief op een screener voor riskant cannabisgebruik (Cannabis Abuse Screening Test (CAST)).

In dit hoofdstuk schetsen we een beeld van de coffeeshops in de deelnemende gemeenten en hun bezoekers. Dat doen we in de eerste plaats door het tellen van het aantal coffeeshopbezoeken, waarmee

we een schatting maken van het aantal coffeeshopbezoeken ten tijde van de voormeting. Daarnaast zijn in de nabijheid van coffeeshops coffeeshopbezoekers geënuquêteerd (hierna: respondenten) in zowel

Figuur 5.1 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de deelnemende gemeenten, per dagtype, met 95% betrouwbaarheidsmarges



interventie- als vergelijkingsgemeenten. Het doel van deze enquêtes was om inzicht te krijgen in het bezoek- en koopgedrag van de respondenten en om informatie te verzamelen over de gezondheidseffecten van cannabisproducten.

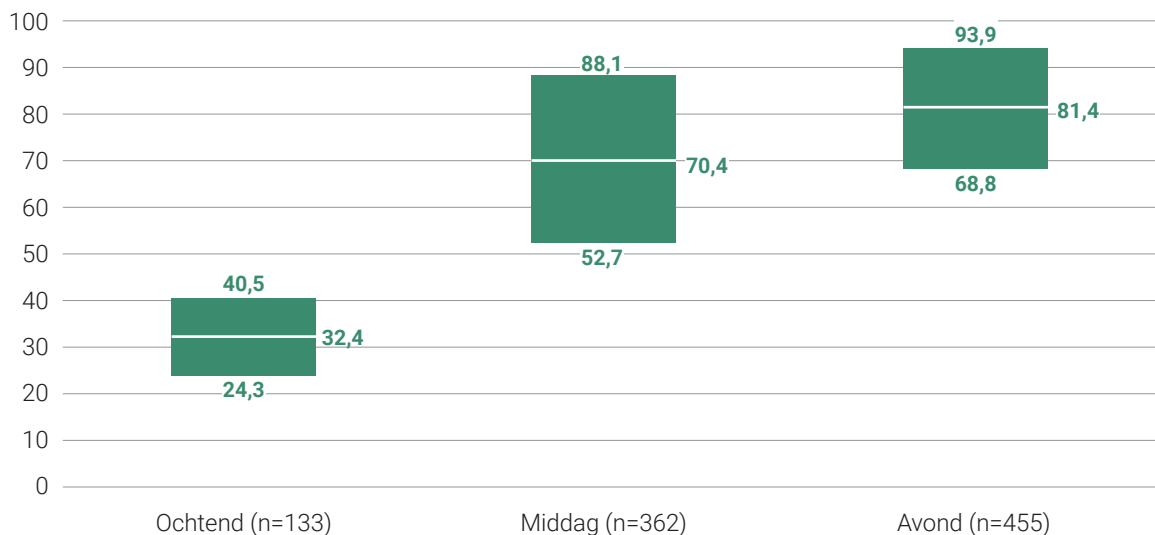
5.1. Tellingen coffeeshopbezoek

Uit de tellingen van het aantal coffeeshopbezoekers blijkt er wat betreft het aantal bezoeken per uur aan de coffeeshops in de interventie- en vergelijkingsgemeenten weinig verschil te zijn tussen weekdagen, vrijdagen en weekenddagen. De gemiddelden (puntschatters) bedragen respectievelijk 62,9, 66,6 en 71,3 bezoeken per uur per coffeeshop, en verschillen niet significant van elkaar (zie figuur 5.1). Ter illustratie: als we ervan uitgaan dat coffeeshops gemiddeld zo'n tien uur per

dag geopend zijn, zouden coffeeshops in de deelnemende gemeenten op basis van deze schatting gemiddeld zo rond de 650 bezoeken per dag te verwerken krijgen.

Kijkend naar de schatting per dagdeel, dan constateren we dat er significant minder bezoeken aan de coffeeshop worden gebracht in de ochtenduren (tussen 10 en 12 uur). De puntschatter bedraagt voor dit dagdeel 32,4 bezoeken per uur per coffeeshop (zie figuur 5.2). Coffeeshopbezoekers lijken er, op basis van onze schatting, de voorkeur aan te geven om de coffeeshop in de middag (tussen 12 en 18 uur) of in de avond te bezoeken (na 18 uur). De puntschatters voor deze twee dagdelen bedragen respectievelijk 70,4 en 81,4 bezoeken per uur per coffeeshop.

Figuur 5.2 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de deelnemende gemeenten, per dagdeel, met 95% betrouwbaarheidsmarges



5.2. Coffeeshopbezoekers

In deze paragraaf bespreken we de resultaten van de enquête onder coffeeshopbezoekers. In totaal zijn 809 enquêtes afgenomen bij 122 shops.

Leeftijd en geslacht

In totaal is bij 799 respondenten de leeftijd geregistreerd en zijn 797 cases geanalyseerd binnen de leeftijdvariabele. De andere twee zijn buiten deze analyse gelaten, omdat de respondenten achteraf minderjarig (16 en 17 jaar oud) bleken te zijn. De gemiddelde leeftijd van respondenten was 32 jaar. De

jongste respondent was 18 jaar, de oudste 79 jaar. Bij 802 respondenten is het geslacht geregistreerd: 653 waren man (81%), 149 vrouw (19%).

Hoofdbezigheid en hoogst afgeronde opleiding

Het grootste gedeelte van de respondenten heeft als dagelijkse hoofdbezigheid 'werkende met betaald werk' (61%), gevolgd door studeren (22%) en werk zoeken (6%) (zie tabel 5.1). Enkele respondenten gaven aan huisman/huisvrouw of vrijwilliger te zijn (beide 1%).

Tabel 5.1 Hoofdbezigheid overdag (frequenties en percentages), n=807*

Hoofdbezigheid	N	%
Werkende met betaald werk	495	61%
Scholier of studerende	174	22%
Werkzoekende	49	6%
Arbeidsongeschikt	28	3%
Gepensioneerd of met vervroegd pensioen	18	2%
Huisman/huisvrouw	10	1%
Vrijwilliger	10	1%
Anders, namelijk:	18	2%
Wil ik niet zeggen	5	1%

* Twee ontbrekende antwoorden op deze vraag.

Het opleidingsniveau van de respondenten is gecategoriseerd in de categorieën laag (bestaande uit de antwoordcategorieën: geen opleiding, basisonderwijs, mavo, mulo, lts, vmbo, mbo 1, avo (onderbouw), middelbaar (hbs, havo, vwo, mbo 2/3/4) en hoog (hbo, wo bachelor, wo master, doctor). Dit betreft het hoogst met een diploma afgeronde niveau of het hoogst gevolgde niveau als de respondent aangaf op dit moment nog bezig te zijn met een opleiding. In totaal hadden 175 respondenten een laag opleidingsniveau (22%), 364 middelhoog (46%, het merendeel) en 248 (32%) een hoog opleidingsniveau. Er waren 22 ontbrekende antwoorden op deze vraag (n=787).

5.3. Bezoek- en koopgedrag⁴⁸

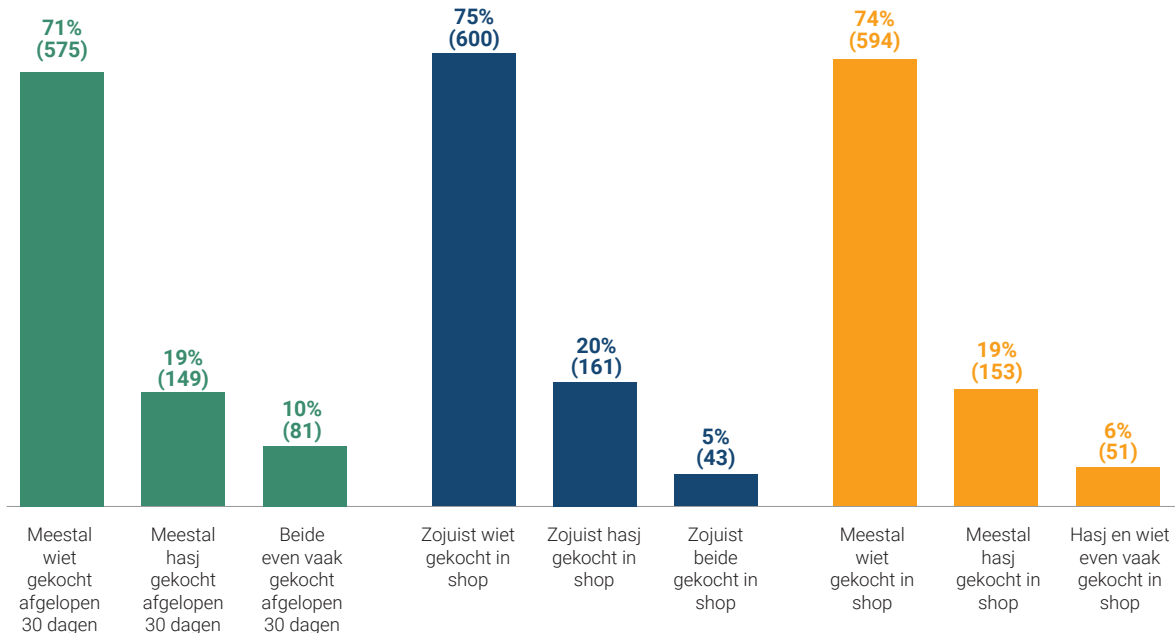
Figuur 5.3 toont per cannabisproduct de frequenties van koopgedrag van respondenten. Per product wordt onderscheid gemaakt in:

- algemeen aankoopgedrag van de respondent in de afgelopen 30 dagen (in de coffeeshop, online, of ergens anders, waarbij ook alle typen cannabisproducten genoemd mogen worden): links in de figuur
- aankoopgedrag van de respondent zojuist in de shop (respondenten werden geënquêteerd direct na de aankoop): midden in de figuur
- algemeen aankoopgedrag van de respondent in de shop waar zij zijn bevraagd ('wat koop je meestal in deze shop?'): rechts in de figuur.

Te zien is dat wiet in alle hierboven beschreven categorieën het meest gekocht werd door de respondenten (respectievelijk 71%, 75% en 74%). Hasj werd in respectievelijk 19%, 20% en 19% van de categorieën gekocht. Verder heeft 10% van de respondenten ongeveer even vaak wiet en hasj gekocht in de afgelopen 30 dagen.

48 Om ervoor te zorgen dat de vragenlijst niet te lang zou worden voor respondenten die zowel wiet als hasj in de coffeeshops hadden aangekocht, zijn aan hen alleen de vervolgvragen gesteld over het aankopen en het gebruiken van hasj (en dus niet wiet). Op basis van eerder onderzoek werd namelijk ingeschat dat het aantal kopers van hasj aanzienlijk kleiner zou zijn dan het aantal respondenten dat wiet koopt, terwijl informatie over hasjaankopen belangrijk is, gezien de vragen over de kwaliteit van de in het kader van het experiment geteelde hasj. De antwoorden van deze respondenten zijn niet overal meegenomen in deze paragraaf, gezien de geringe omvang van de groep.

Figuur 5.3 Algemeen koopgedrag respondenten in de afgelopen 30 dagen (n=805*), zojuist in de shop (n=804*) en meestal in de shop (n=798*), voor wiet, hasj en beide



*Vier ontbrekende antwoorden in de categorie 'meestal cannabis gekocht' (links in groen), vijf in de categorie 'zojuist cannabis gekocht' (midden in blauw) en elf in de categorie 'meestal cannabis gekocht in shop' (rechts in oranje), waarbij acht van de elf respondenten in laatstgenoemde categorie aangaven voor het eerst de betreffende coffeeshop te hebben bezocht.

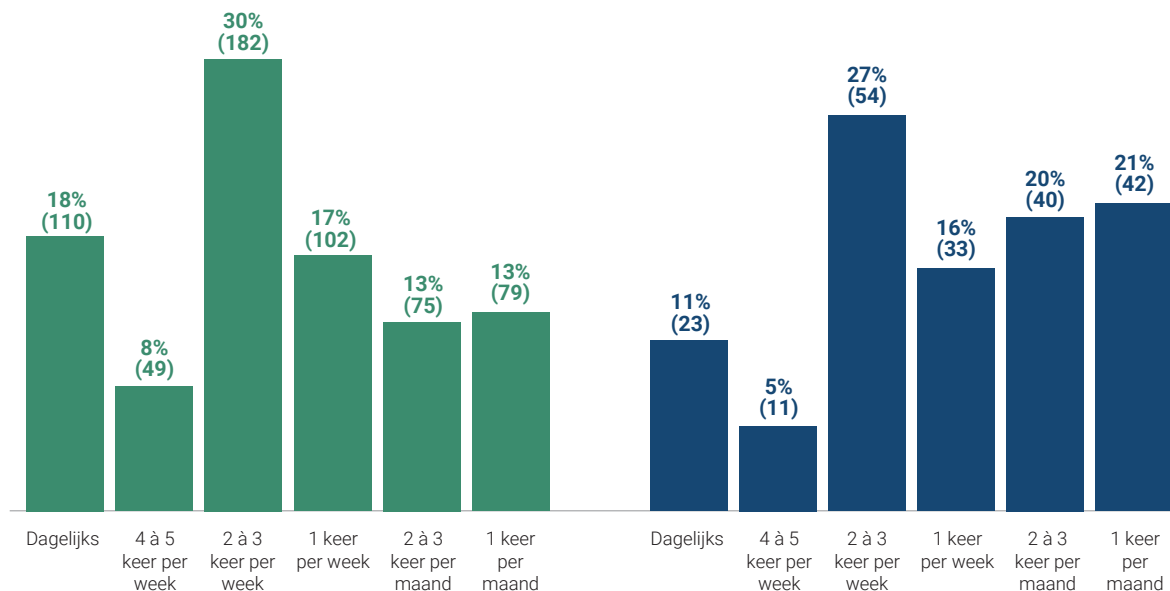
Deze respondenten werd ook gevraagd of zij hasj en wiet meestal op dezelfde locatie kopen, of dat dit voor hasj en wiet verschillend is (niet zichtbaar in figuur 5.3). Ruim de helft van hen gaf aan dat dit meestal bij dezelfde locatie plaatsvond (44; 54%), 37 respondenten (46%) meldden dat dit meestal gebeurde bij verschillende locaties. Verder gaf 5% van de respondenten op het moment van het afnemen van de enquête aan zojuist hasj én wiet gekocht te hebben.

Frequentie van aankopen cannabis in de afgelopen 30 dagen bij de shop

Aan de respondenten die zojuist wiet hebben gekocht, is gevraagd hoe vaak zij in de afgelopen 30 dagen bij deze coffeeshop wiet hebben aangeschaft. Aan de respondenten die

aangeven zojuist hasj of zojuist hasj en wiet te hebben gekocht, is gevraagd hoe vaak zij in de afgelopen 30 dagen hasj hebben gekocht in deze coffeeshop. De uitkomsten staan weergegeven in figuur 5.4, met links aankopen wiet in groen en rechts aankopen hasj in oranje. De meest voorkomende frequentie voor beide categorieën is twee à drie keer per week (30% en 27%, voor aankopen wiet respectievelijk hasj). De minst voorkomende frequentie voor beide categorieën is vier à vijf keer per week (respectievelijk 8% en 5%). Daarnaast is te zien dat 74% van de bezoekers die zojuist wiet heeft gekocht de shop ten minste één keer per week bezoekt om wiet te kopen. Voor de bezoekers die zojuist hasj of hasj en wiet hebben gekocht, bezoekt 60% van hen de shop ten minste één keer per week om hasj te kopen.

Figuur 5.4 Frequentie van aankopen van respondenten in de afgelopen 30 dagen bij de shop, voor aankopen wiet (links in groen, n=597*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=203*)



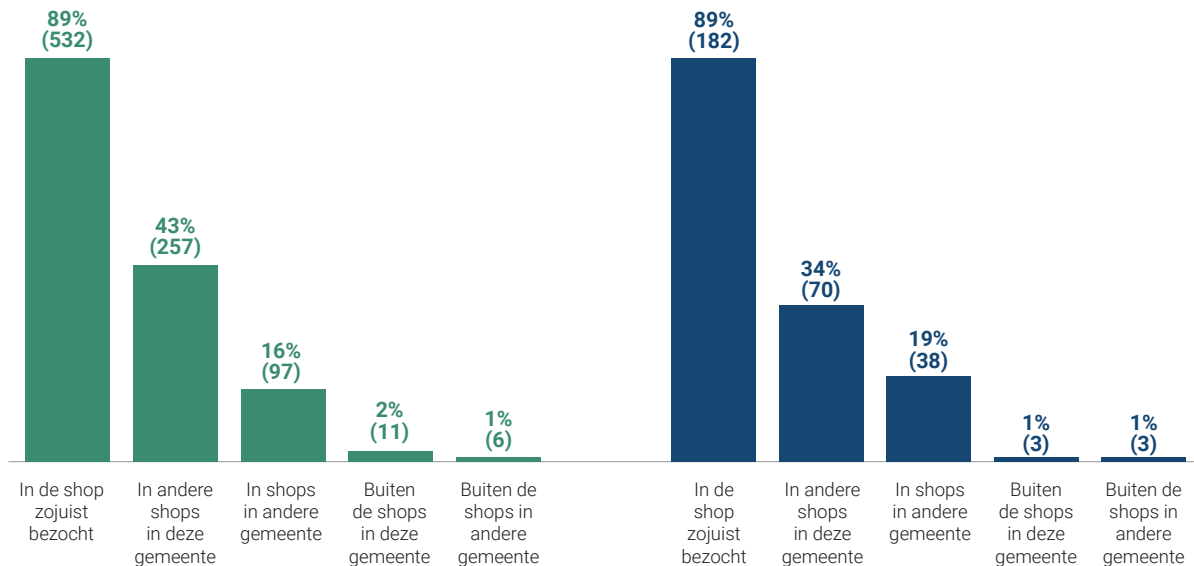
*Links (in groen) de frequentie van aankopen wiet (drie ontbrekende antwoorden), rechts (in blauw) de frequentie van aankopen hasj (één ontbrekend antwoord)

Plaats van aankopen cannabis in de afgelopen 30 dagen

Verder is aan de respondenten gevraagd waar zij in de afgelopen 30 dagen cannabis hebben gekocht, met uitzondering van de aankoop die zij zojuist hebben gedaan. Aan de respondenten die zojuist wiet hadden gekocht, is gevraagd op welke locaties zij in de afgelopen 30 dagen wiet hebben gekocht. Aan de respondenten die zojuist hasj of hasj en wiet hadden gekocht, is gevraagd op

welke locaties zij in de afgelopen 30 dagen hasj hebben gekocht. De uitkomsten zijn weergegeven in figuur 5.5. Te zien is dat de meeste respondenten ook eerder in de maand zowel hun wiet als hasj kochten bij de shop waar de enquête is afgenomen (beide 89%). Slechts een minimaal percentage (<5%) geeft aan (ook) buiten shops (e.g. in het illegale circuit of medicinale cannabis bij de apotheek) aankopen te doen.

Figuur 5.5 Plaatsen van aankopen van respondenten in de afgelopen 30 dagen, voor aankopen wiet (links in groen, n=600*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=204*)



*Links (in groen) de plaatsen van aankopen wiet, rechts (in blauw) de plaatsen van aankopen hasj. Meerdere antwoorden mogelijk

Redenen aankopen laatste transactie in de shop zojuist bezocht

Respondenten is gevraagd naar de belangrijkste redenen dat zij hun cannabis in de coffeeshop kopen die zij zojuist bezocht hebben. Aan de respondenten die zojuist wiet hebben gekocht, is gevraagd waarom zij hun wiet in deze shop kopen, terwijl aan de respondenten die zojuist hasj of hasj en wiet hebben gekocht, is gevraagd waarom zij hun hasj in deze shop kopen (zie tabel 5.2).

De drie belangrijkste redenen die respondenten gaven voor zowel aankopen van wiet als hasj, zijn: 1) gunstig en goed te bereiken locatie (43% voor aankopen wiet en 50% voor aankopen hasj), 2) verkoop van hoge kwaliteit cannabis (beide 35%), en 3) een goede sfeer/gezelligheid/vriendelijk personeel (35% en 29%). De minst genoemde reden voor wiet was de anonimiteit (0%). Voor aankopen hasj waren dat de reputatie en het interieur van de shop (beide 0%).

Tabel 5.2 Belangrijkste redenen waarom respondenten wiet (n=600*) en hasj (n=204*) kopen in de coffeeshop juist bezocht (frequenties en percentages)

Reden	Aankopen wiet		Aankopen hasj	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
De locatie is gunstig en goed te bereiken	257	43%	101	50%
Verkoopt een hoge kwaliteit cannabis	208	35%	71	35%
Er heerst een goede sfeer/het is gezellig/vriendelijk personeel	207	35%	59	29%
De kwaliteit van de cannabis is constant/betrouwbaar	54	9%	16	8%
De cannabis heeft een goede prijs-kwaliteitverhouding	48	8%	12	6%
Bekend met coffeeshop/gewoonte	30	5%	4	2%
Heeft een uitgebreid/gevarieerd aanbod	27	5%	6	3%
Er is een gebruiksruimte	22	4%	8	4%
Enige shop in de buurt	20	3%	8	4%
Goede service	13	2%	5	2%
Mooi en comfortabel interieur	7	1%	0	0%
Heeft gunstige openingstijden	5	1%	3	1%
Goede reputatie	5	1%	0	0%
Biedt anonimiteit	1	0%	2	1%

* Meerdere antwoorden mogelijk, maximaal drie. Ordening van redenen gebaseerd op aankopen wiet.

Waarde gekochte cannabis bij laatste transactie

De respondenten is gevraagd hoeveel euro zij bij de laatste transactie/aankoop hebben uitgegeven aan cannabis in de shop. Gemiddeld gaven 627 wiet kopende respondenten (16 ontbrekende antwoorden) € 19 uit, minimaal € 2 en maximaal € 100. De meest voorkomende uitgave per transactie was € 10 (kwam 101 keer voor). Respondenten die hasj hadden gekocht (202, twee ontbrekende antwoorden) gaven gemiddeld € 16 uit, minimaal € 2 en maximaal € 80. Voor hasj was de meest voorkomende uitgave per transactie eveneens € 10 (kwam 47 keer voor).

Hoeveelheid cannabis bij laatste transactie

Verder is de respondenten gevraagd hoeveel gram cannabis zij (naar schatting) gekocht hebben bij de laatste transactie/aankoop in de shop. De respondenten die wiet aankochten en deze inschatting konden maken (n=476, 159 ontbrekende antwoorden), kochten gemiddeld 2,1 gram wiet, minimaal 0,2 gram, maximaal 10 gram (twee respondenten kochten boven de 5 gram aan, één respondent gaf aan 7 gram te kopen, één respondent 10 gram). De meest voorkomende hoeveelheid wiet was 1 gram (kwam 164 keer voor). Verder bleek dat 48 van de 153 respondenten (31%) geen schatting

konden geven, omdat zij een voorgedraaide joint hadden gekocht. Respondenten die hasj kochten en een inschatting konden maken (n=149, 55 ontbrekende antwoorden), kochten gemiddeld 1,8 gram hasj, minimaal 0,3 gram, maximaal 5 gram, waarbij 1 gram de meest voorkomende hoeveelheid hasj was die werd aangekocht (66 keer). In 13 van 55 gevallen (24%) kochten respondenten voorgedraaide joints en konden ze daarom geen schatting geven.

Soorten cannabis aangekocht bij laatste transactie

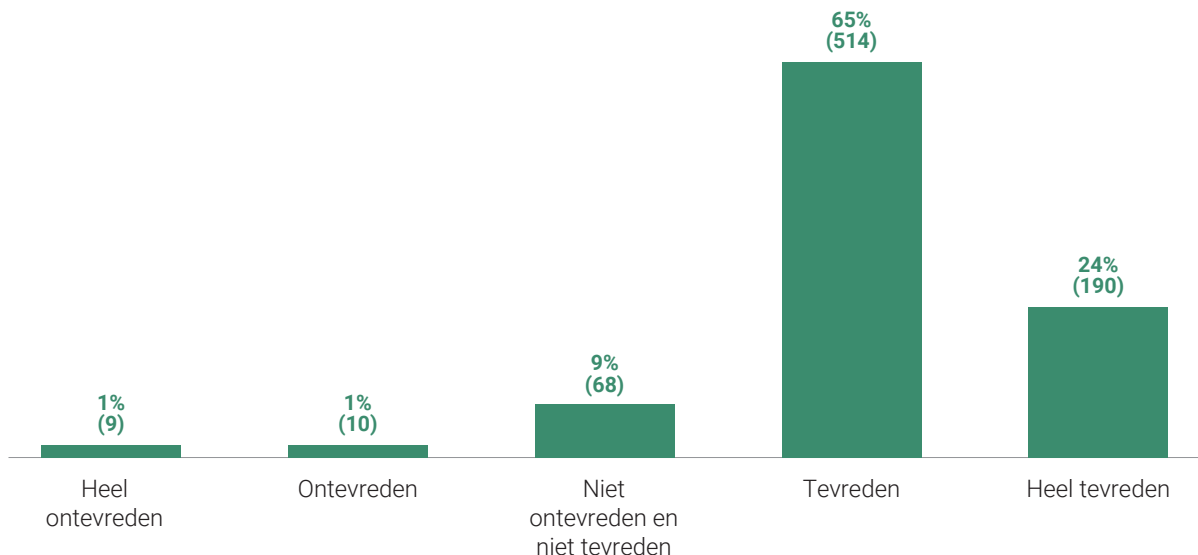
Aan de respondenten is gevraagd welke soort(en) hasj of wiet zij zojuist in de coffeeshop hebben gekocht. De meest genoemde soorten hasj waren Polm (31x), Hia/Heya (27x), Marok (16x), Super Polm (15x) en Amnesia Hasj/Block (11x). Deze top 5 is qua volgorde identiek aan

de top 5 van soorten hasj die respondenten aangaven meestal te kopen. De top 5 van meest genoemde soorten wiet is (meerdere antwoorden mogelijk): Haze (96x), Amnesia (77x), White Widow (53x), (Super) Lemon Haze (44x) en (Super) Silver Haze (43x). Ook deze top 5 is qua volgorde identiek aan de wiet die respondenten aangaven meestal te kopen.

Tevredenheid cannabis, assortiment en effect

De respondenten is gevraagd naar hun tevredenheid met de cannabis afkomstig van de shop waar zij zojuist cannabis hebben gekocht (figuur 5.6). Het merendeel gaf aan (heel) tevreden te zijn (in totaal 89%). Enkele respondenten melden (heel) ontevreden te zijn (2% van alle respondenten).

Figuur 5.6 Tevredenheid respondenten met de cannabis afkomstig van shop (n=791*)



*Er waren 18 ontbrekende antwoorden op deze vraag.

Respondenten is vervolgens gevraagd waarom zij tevreden of ontevreden zijn over de cannabis in deze specifieke shop.⁴⁹ Uit de antwoorden blijkt dat respondenten tevreden zijn over de hoge kwaliteit van de cannabis (51%), de gewenste effecten (23%)

en de constante kwaliteit/sterkte/hoeveelheid (12%). Ontevreden respondenten noemen een wisselende kwaliteit/sterkte/hoeveelheid (36%), beperkte kwaliteit (24%) en een matige prijs-kwaliteitverhouding (24%) als toelichting.

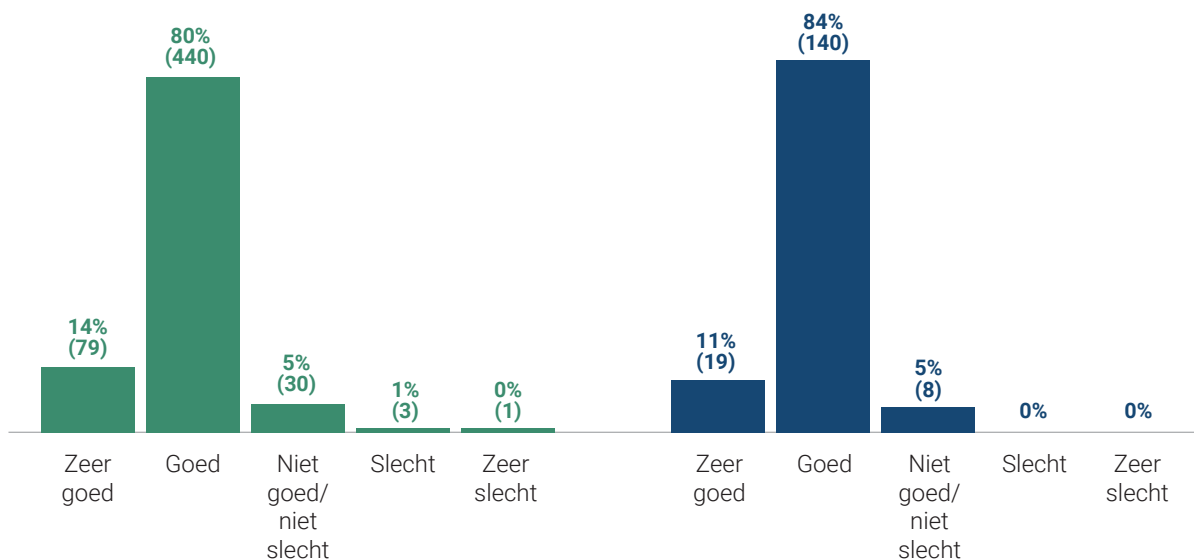
Tabel 5.3 Gecategoriseerde toelichtingen respondenten over tevredenheid

Tevreden respondenten (n = 287)		
Hoge kwaliteit	146	51%
Gewenste effecten	67	23%
Constance kwaliteit/sterkte/hoeveelheid	35	12%
Goede prijs/kwaliteit verhouding	16	6%
Gewenste smaak/geur	11	4%
Goede structuur/kleur	7	2%
Goede voorgedraaide joints	4	1%
Product is getest	1	0%
Ontevreden respondenten (n = 55)		
Wisselende kwaliteit/sterkte/hoeveelheid	20	36%
Beperkte kwaliteit of kwaliteit kan beter	13	24%
Duur of matige prijs/kwaliteit verhouding	13	24%
Geeft niet het gewenste effect/sterkte	5	9%
Matige structuur/kleur	3	5%
Matige smaak/geur	1	2%

Ook is respondenten gevraagd wat zij vinden van de effecten en de prijs-kwaliteitverhouding van de cannabis die ze meestal kopen bij de shop waar zij zojuist een aankoop hebben gedaan. Aan respondenten die aangeven meestal wiet te kopen, is gevraagd wat zij vinden van de effecten en de prijs-kwaliteitverhouding van de wiet. Aan de respondenten die aangeven meestal hasj of even vaak hasj en wiet te

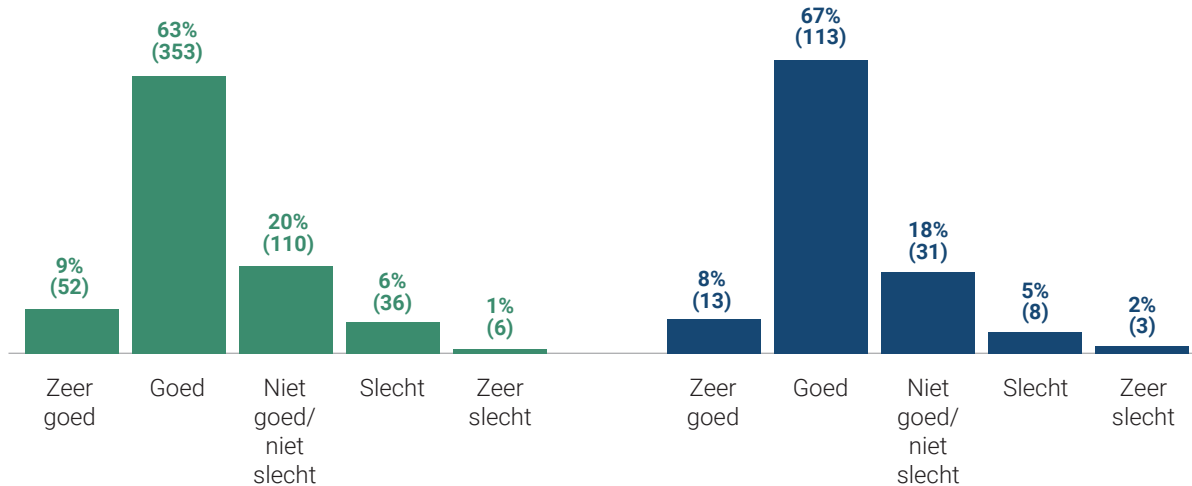
kopen, is gevraagd wat zij van de effecten en de prijs-kwaliteitverhouding van de hasj vinden (zie figuur 5.5 en 5.6). Het merendeel van hen vindt de effecten van wiet en hasj goed (respectievelijk 80% en 84%) tot en met zeer goed (14% en 11%). Een klein deel van de respondenten noemt de effecten niet positief (in totaal 6% bij aankopen wiet, 5% bij aankopen hasj).

Figuur 5.7 Mening van respondenten over de effecten van de cannabis, voor aankopen wiet (links in groen, n=553*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=167*)



*Links (in groen) heeft betrekking op aankopen wiet (47 ontbrekende antwoorden), rechts (in blauw) op aankopen hasj (37 ontbrekende antwoorden).

Figuur 5.8 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van cannabis, voor aankopen wiet (links in groen, n=557*) en aankopen hasj (rechts in blauw, n=168*)



* Links (in groen) heeft betrekking op aankopen wiet (43 ontbrekende antwoorden), rechts (in blauw) op aankopen hasj (36 ontbrekende antwoorden).

Figuur 5.8 toont de mening van de respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van de cannabis. Het merendeel van hen vindt de prijs-kwaliteitverhouding voor wiet en hasj goed (respectievelijk 63% en 67%) tot en met zeer goed (9% en 8%). Van de respondenten die wiet aankopen, vindt 27% de prijs-kwaliteitverhouding niet positief, voor aankopen hasj is dit 25%.

Wat betreft het assortiment van de coffeeshop waar de respondent zojuist een aankoop heeft gedaan, is respondenten gevraagd of zij vinden dat er voldoende keuze is aan soorten wiet en hasj (antwoordopties: ja/nee).⁵⁰ Van de 564 respondenten die wiet aankochten (36

ontbrekende antwoorden), stelden 69 (12%) dat er onvoldoende keuze is aan soorten wiet. Bij de 143 respondenten die hasj of zowel hasj als wiet kochten (35 ontbrekende antwoorden), meldden 25 (15%) van hen dat er onvoldoende keuze is aan soorten hasj. De rest is wel tevreden met het assortiment. De redenen die respondenten gaven voor onvoldoende keuze, staan in tabel 5.4. Het merendeel van respondenten voor zowel aankopen wiet als aankopen hasj gaf aan behoefte te hebben aan meer variatie in het aanbod (respectievelijk 45% en 60%) en aan sterkere cannabis voor aankopen wiet en hasj (beide 28%).

50

Aan respondenten die aangeven meestal wiet te kopen, is gevraagd of er voor hen voldoende keus is aan soorten wiet. Aan de respondenten die aangeven meestal hasj of even vaak hasj en wiet te kopen, is gevraagd of er voor hen voldoende keus is aan soorten hasj.

Tabel 5.4 Belangrijkste redenen voor 'onvoldoende keuze in de coffeeshop zojuist bezocht' (frequenties en percentages), voor aankopen wiet (n=69*) en voor aankopen hasj (n=25*)

Reden	Aankopen wiet		Aankopen hasj	
Ik zoek meer variatie in het aanbod	31	45%	15	60%
Ik zoek sterkere cannabis	19	28%	7	28%
Ik zoek cannabis met een andere smaak/effect	13	19%	0	0%
Ik zoek mildere cannabis	7	10%	1	4%
Ik zoek goedkopere cannabis	4	6%	2	8%
Ik zoek cannabis met andere structuur	0	0%	2	8%

* Meerdere antwoorden mogelijk. Ordening van redenen gebaseerd op aankopen wiet.

Aanvullend op de vraag of er volgens de respondenten voldoende keuze is in soorten wiet en hasj, is hun ook gevraagd of zij vinden dat er voldoende keuze is aan andere cannabisproducten (zoals edibles en CBD-olie) bij de shop waar zij zojuist een aankoop hebben gedaan. In totaal hebben 801 respondenten deze vraag beantwoord (8 ontbrekende antwoorden), van wie 417 (52%) aangaven nooit edibles, CBD-olie of andere vergelijkbare

cannabisproducten te kopen. Daarnaast gaven 289 (36%) aan dat er voldoende keus is aan andere cannabisproducten en 95 (12%) gaven aan dat er onvoldoende keus is. Deze laatste groep respondenten is de vervolgvraag gesteld wat zij dan zoal missen aan producten (meerdere antwoorden mogelijk, zie tabel 5.5). Ze missen met name andere edibles (48%) en spacecake (31%).

Tabel 5.5 Andere cannabisproducten die ontbreken in huidige aanbod (n=95*)

Cannabisproduct	n	%
Andere edibles	46	48%
Spacecake	29	31%
CBD-/THC-olie	10	11%
Cannabisolie	7	7%
Andere soorten cannabis dan beschikbaar	6	6%
Voorgedraaide joints	4	4%
Buitenlandse wiet	4	4%
Cannabisdranken	2	2%
Buitenlandse hasj	2	2%
Middelen om spacecake te maken	2	2%
Breder algemeen assortiment	2	2%

* Meerdere antwoorden mogelijk.

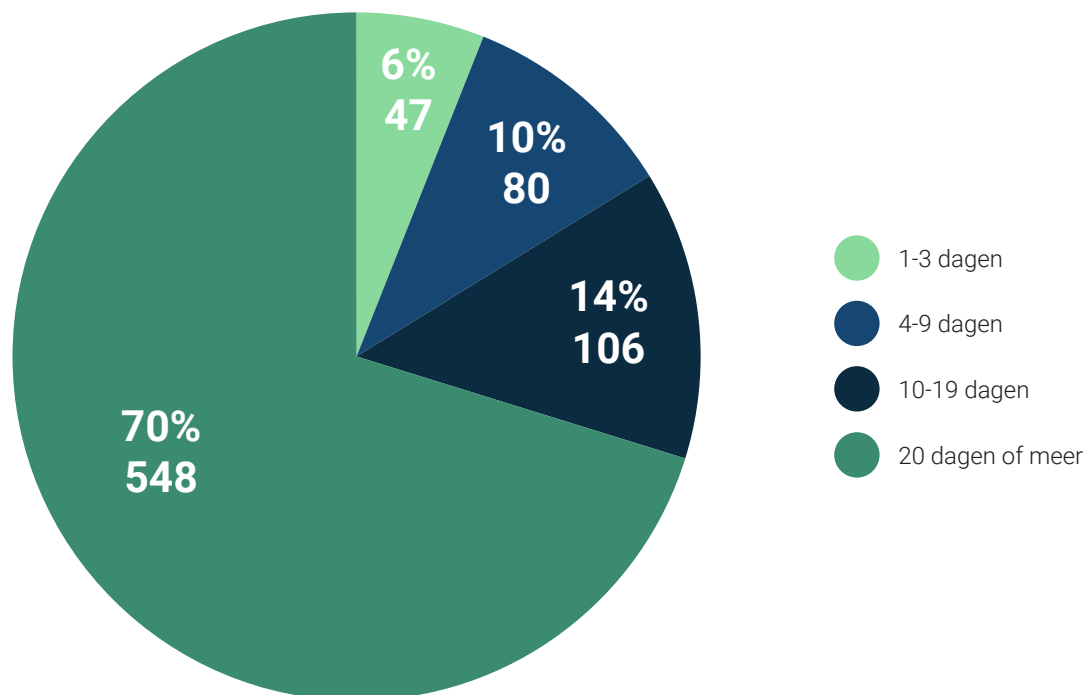
5.4. Gebruikspatronen

Frequentie van gebruik

Figuur 5.9 toont de frequentie van gebruik onder de respondenten. Hun is gevraagd op hoeveel dagen in de afgelopen 30 dagen zij hasj of wiet hebben gebruikt. In totaal hebben 784 deelnemers deze vraag beantwoord. Vrijwel alle respondenten (781) gebruikten in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet, slechts 3 van hen gaven aan niet te hebben gebruikt. Ongeveer een zesde (16%) van de respondenten die in de afgelopen 30 dagen

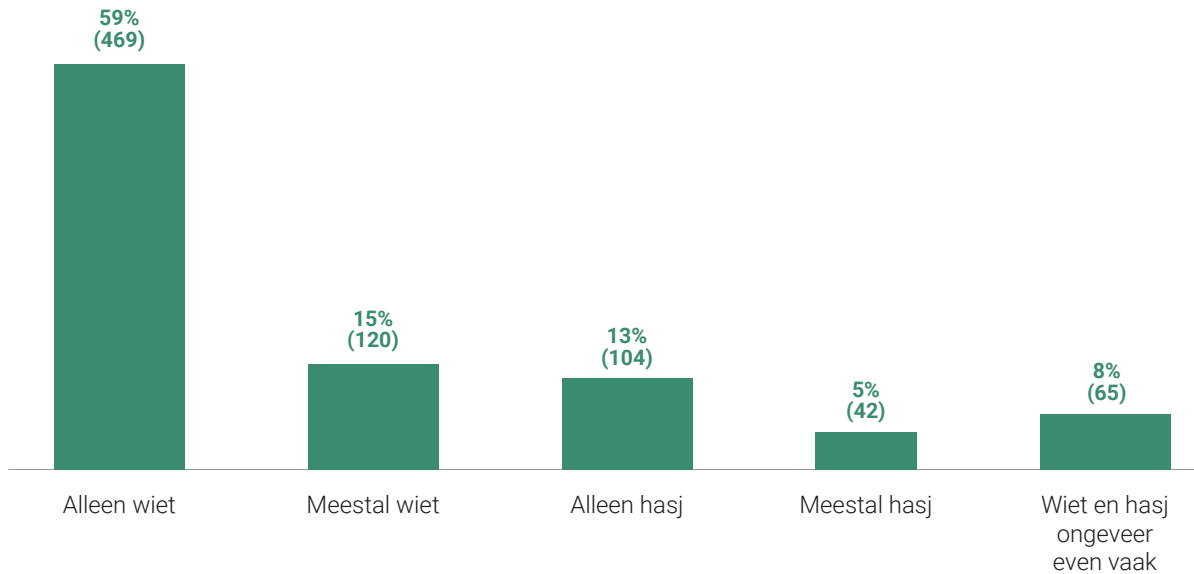
hasj of wiet gebruikte, deed dit op minder dan 10 van de 30 dagen. Daarnaast gebruikte 14% op 10 tot 19 dagen. Ruim twee derde (70%) van de respondenten die in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet gebruikten, deed dit op 20 dagen of meer. Het aandeel frequent gebruikers in deze meting is relatief groot. Deze meting geeft geen representatief beeld van alle coffeeshopbezoekers, aangezien degenen die vaak naar de coffeeshop gaan een grotere kans hadden om uitgenodigd te worden voor deelname aan deze enquête dan degenen die minder vaak gaan.

Figuur 5.9 Frequentie van gebruik (aantal dagen in de afgelopen maand), n=784*



* Drie deelnemers gaven aan in de afgelopen 30 dagen niet te hebben gebruikt. 25 ontbrekende antwoorden op deze vraag.

Figuur 5.10 Gebruik per soort cannabis in de afgelopen 30 dagen, n=800*



* Negen ontbrekende antwoorden op deze vraag.

Soort cannabis

Aan de respondenten is gevraagd of zij in de afgelopen 30 dagen hasj, wiet of beide hebben gebruikt. Deze vraag is beantwoord door 800 respondenten (zie figuur 5.10). Wiet lijkt de meest populaire cannabisvariant onder de coffeeshopbezoekers: de meerderheid van hen (59%) gaf aan in de afgelopen 30 dagen *alleen* wiet te hebben gebruikt, 15% gaf aan *meestal* wiet te hebben gebruikt. Daarnaast meldde ongeveer een op de zeven coffeeshopbezoekers (13%) in de afgelopen 30 dagen *alleen* hasj te hebben gebruikt, 5% gebruikte *meestal* hasj. Tot slot gaf 8% aan ongeveer even vaak hasj als wiet te hebben gebruikt.

5.5. Gebruikswijzen

Aan de respondenten is gevraagd hoe zij in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet hebben gebruikt, zij konden hierbij meerdere antwoorden geven. Tabel 5.6 toont de verschillende gebruikswijzen van cannabis in de afgelopen 30 dagen. De overgrote meerderheid (94%) van de respondenten gebruikte hasj of wiet in een joint (met tabak). Eén op de 20 (5%) gebruikte hasj of wiet puur als sigaret. Daarnaast gebruikte 4% hasj of wiet in een pijpje en 3% in een 'heat-not-burn' vaporizer. De andere gebruikswijzen werden door 2% of minder respondenten genoemd.

Tabel 5.6 Gebruikswijzen cannabis in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages), n=802*

Gebruikswijze	n	%
In een joint (met tabak)	757	94%
Puur als sigaret	42	5%
In een pijpje (chillum of bong)	35	4%
In een heat-not-burn vaporizer (handheld of tafelmodel)	20	3%
In een joint (met kruiden of ander mengsel)	19	2%
In een waterpijp	15	2%
In voedsel	14	2%
In een e-sigaret	2	0%
In een drank	1	0%

*Meerdere antwoorden mogelijk. Zeven ontbrekende antwoorden op deze vraag.

Joint per gebruiksday – joint (met tabak)

Aan de respondenten is ook gevraagd hoeveel joints zij op een gemiddelde gebruiksday roken. Van degenen die aangaven in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet te hebben gebruikt in een joint (met tabak), 757 in totaal, rookte een kwart (n=190) niet meer dan één joint per gemiddelde gebruiksday. Ruim de helft (n=401) rookte niet meer dan twee joints per gemiddelde gebruiksday. Het gemiddeld aantal joints per gemiddelde gebruiksday bedroeg 3,0 (SD=2,4). Er waren acht ontbrekende antwoorden op deze vraag.

Joint per gebruiksday – puur als sigaret

Van degenen die aangaven in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet te hebben gebruikt puur als sigaret, 42 in totaal van wie 35 de vraag hebben beantwoord, rookte twee vijfde (n=14) niet meer dan één joint per gemiddelde gebruiksday. Meer dan de helft rookte (n=22) niet meer dan twee joints. Het gemiddeld aantal joints per gemiddelde gebruiksday bedroeg 2,8 (SD=2,6).

Joint per gebruiksday – in een joint gemengd met kruiden of een ander mengsel

Van degenen die aangaven in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet te hebben gebruikt in een joint gemengd met kruiden of een ander mengsel, 19 in totaal, rookte meer dan de helft (n=11) niet meer dan één joint per gemiddelde gebruiksday. Ruim drie kwart (n=14) rookte niet meer dan twee joints per gemiddelde gebruiksday. Het gemiddeld aantal joints per gemiddelde gebruiksday bedroeg 2,2 (SD=2,4). Er was één ontbrekend antwoord op deze vraag.

5.6. Gebruiksmotieven: recreatief en/of medicinaal

Ruim acht op de tien coffeeshopbezoekers die in de afgelopen 30 dagen cannabis gebruikte, deed dit altijd of meestal voor recreatieve doeleinden. Iets minder dan een kwart gebruikte cannabis altijd of meestal voor medicinale doeleinden, van wie een minderheid de cannabis op recept verstrekt kreeg.

Tabel 5.7 Gebruiksmotieven (recreatief en/of medicinaal) cannabis in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages)

Motief	Altijd		Meestal		Soms		Zelden		Nooit	
	Freq.	Per.	Freq.	Per.	Freq.	Per.	Freq.	Per.	Freq.	Per.
Medicinale doeleinden, zonder doktersrecept, n=797	91	11%	94	12%	98	12%	33	4%	481	60%
Medicinale doeleinden, op doktersrecept, n=791	13	2%	5	1%	4	1%	7	1%	762	96%
Recreatieve doeleinden, n=800	516	65%	141	18%	78	10%	15	2%	50	6%

Gebruiksmotief – voor medicinale doeleinden, zonder doktersrecept

Tabel 5.7 toont de gebruiksmotieven van cannabis in de afgelopen 30 dagen. Zo gaf 11% van de coffeeshopbezoekers aan hasj of wiet in de afgelopen 30 dagen *altijd* te hebben gebruikt voor medicinale doeleinden zonder doktersrecept, 12% gebruikte *meestal* voor medicinale doeleinden zonder doktersrecept en 12% deed dit *soms*. Bijna twee derde (64%) gebruikte *zelden* tot *nooit* voor medicinale doeleinden zonder doktersrecept.

Gebruiksmotief – voor medicinale doeleinden, op doktersrecept

Van de coffeeshopbezoekers gaf 3% aan hasj of wiet in de afgelopen 30 dagen *soms* tot *altijd* te hebben gebruiken voor medicinale doeleinden op doktersrecept.

Gebruiksmotief – voor recreatieve doeleinden

Vervolgens is aan de coffeeshopbezoekers gevraagd in hoeverre zij cannabis gebruiken voor recreatieve doeleinden. Daarbij gaf 65% van hen aan hasj of wiet in de afgelopen 30 dagen *altijd* te hebben gebruikt voor recreatieve doeleinden, 18% gebruikte *meestal* voor recreatieve doeleinden en 10% deed dit *soms*. Ongeveer 8% gebruikte *zelden* tot *nooit* voor recreatieve doeleinden.

5.7. Gebruik van andere middelen

Aan de respondenten is gevraagd of zij in de afgelopen 30 dagen ook andere middelen (drugs, tabak, alcohol of lachgas) hadden gebruikt. Van de respondenten gebruikte twee vijfde (41%) uitsluitend hasj of wiet in de afgelopen 30 dagen, drie vijfde (59%) gebruikte ook andere middelen.

Van alle respondenten gebruikte 44% alcohol in de afgelopen 30 dagen, 27% gebruikte tabak, 7% ecstasy en 4% cocaïne. De andere middelen (lachgas, speed, ketamine, truffels en GHB) werden door een kleiner percentage van de deelnemers gebruikt (zie tabel 5.8).

De respondenten die aangaven in de afgelopen 30 dagen tabak te hebben gebruikt, deden dit gemiddeld op 25,8 van de 30 dagen (SD=8,4). Meer dan drie kwart van hen (77%) gebruikte elke dag tabak. De respondenten die aangaven alcohol te hebben gebruikt, deden dit gemiddeld op 8,5 van de 30 dagen (SD=9,1). De respondenten die aangaven ecstasy te hebben gebruikt, deden dit gemiddeld op 1,4 dagen (SD=0,9) en de deelnemers die aangaven cocaïne te hebben gebruikt, deden dit op gemiddeld 2,1 dagen (SD=2,3).

Tabel 5.8 Gebruik van andere middelen dan cannabis in de afgelopen 30 dagen (in percentages en gemiddeld aantal gebruiksdagen), n=802

Middel	n	%	Gemiddeld aantal gebruiksdagen
Alcohol	353	44%	8,5
Tabak	213	27%	25,8
Ecstasy	53	7%	1,4
Cocaine	31	4%	2,1
Ketamine	16	2%	1,3
Truffels	11	1%	1,5
Speed (amfetamine)	10	1%	1,4
Lachgas	2	0%	1,0
GHB	2	0%	4,0
Ander middel	27	3%	-
Geen andere middelen gebruikt	329	41%	-

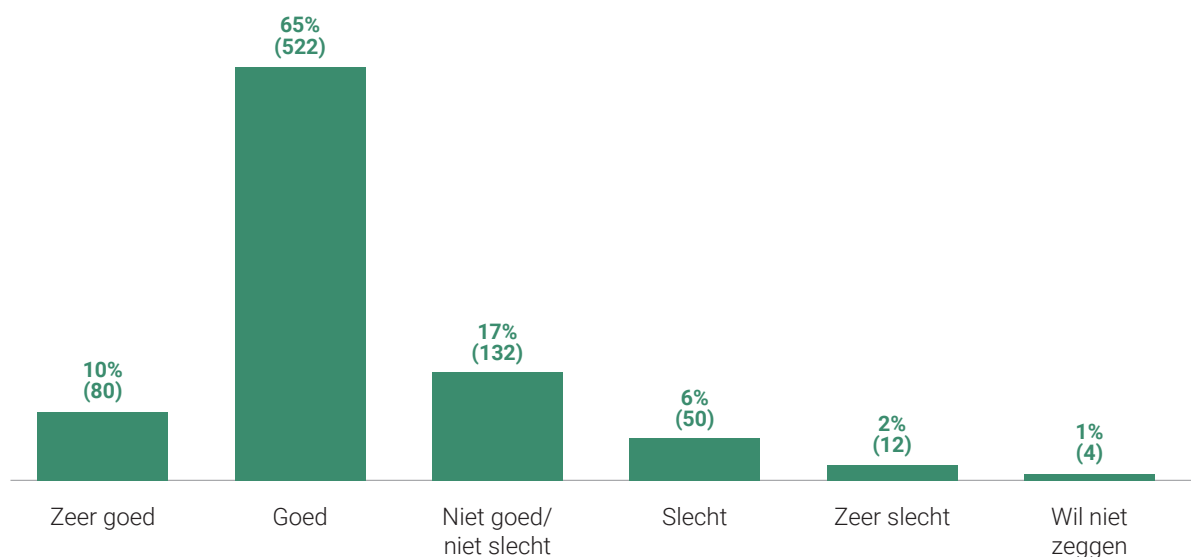
**Meerdere antwoorden mogelijk. Er waren zeven ontbrekende antwoorden op de vraag of de deelnemers in de afgelopen 30 dagen ook andere middelen hadden gebruikt. Als men 'ja' antwoordde kreeg men de vraag welke middelen dan waren gebruikt; op deze vraag waren er drie ontbrekende antwoorden.*

Gezondheid

Aan de respondenten is gevraagd hoe zij in het algemeen hun gezondheid beoordeelden. Drie kwart (75%) van de respondenten vond zijn of haar gezondheid goed tot zeer goed. Ter vergelijking, in 2021 noemde 77% van de

Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder de eigen gezondheid goed tot zeer goed (CBS, 2022). Ongeveer een op de zes respondenten gaf aan de eigen gezondheid 'niet goed/niet slecht' te vinden. Daarnaast noemde 8% de eigen gezondheid slecht tot zeer slecht.

Figuur 5.11 Perceptie eigen gezondheid respondent (n=800)



* Er waren negen ontbrekende antwoorden op deze vraag.

5.8. Riskant gebruik

Ruim de helft van de coffeeshopbezoekers scoort positief op een screener voor riskant cannabisgebruik. Riskant cannabisgebruik is gemeten aan hand van de Cannabis Abuse Screening Test (CAST)-vragenlijst (Legleye et al. 2007). De CAST vragenlijst bestaat uit zes items:

Hoe vaak in de afgelopen 12 maanden...

1. heb je hasj of wiet gebruikt voor de middag?
2. heb je hasj of wiet gebruikt terwijl je alleen was?
3. heb je geheugenproblemen gehad als je hasj of wiet hebt gebruikt?
4. hebben jouw vrienden of familie je verteld dat minder hasj of wiet zou moeten gebruiken of dat je zou moeten stoppen?
5. heb je geprobeerd om te stoppen met hasj of wiet zonder dat het lukte?
6. heb je problemen gehad door jouw hasj- of wietgebruik?

De respondent beantwoordt deze vragen op een vijfpunts Likert-schaal variërend van 0 *nooit* tot 4 *heel vaak*. De score op de screeningsvragenlijst kan variëren van 0 tot 24. Onderzoek onder cannabisgebruikers van 15-64 jaar wijst uit dat een score van 5 of hoger kan duiden op een matig tot ernstige stoornis in het gebruik van cannabis (Legleye et al. 2018). Een score van 8 of hoger kan duiden op een ernstige stoornis in het gebruik van cannabis (Legleye et al. 2018).

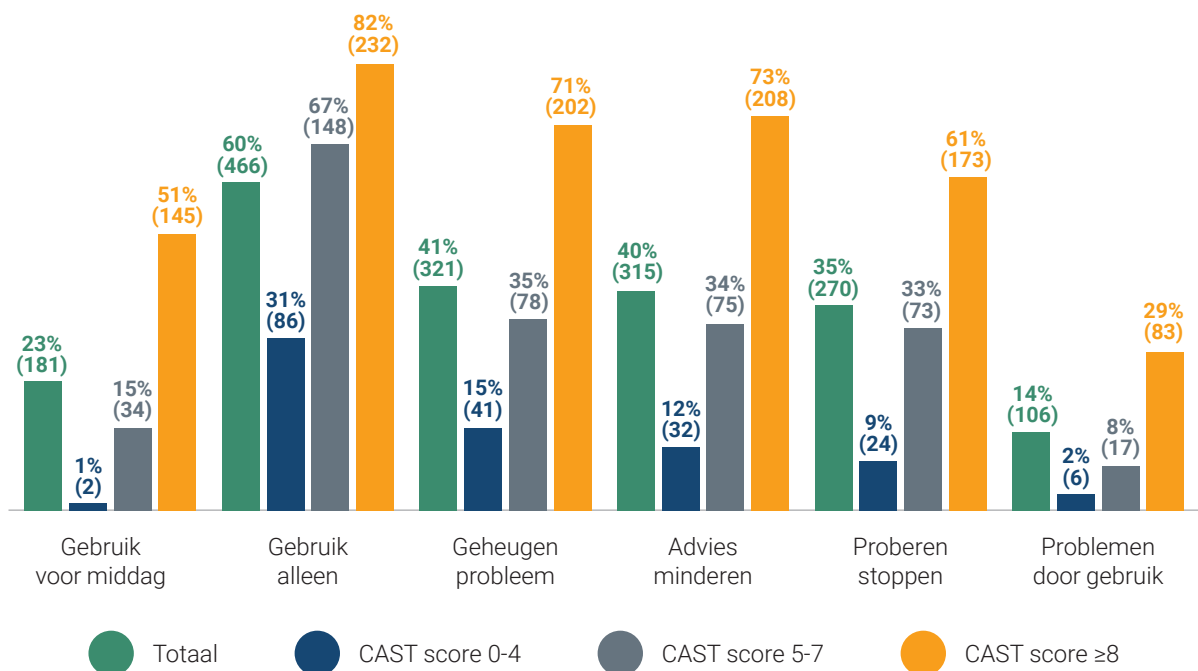
In totaal hebben 779 respondenten de CAST-vragen beantwoord, met een gemiddelde score van 6,7 (SD=4,1). Ongeveer een derde (35%, n=274) van de respondenten scoorde 0-4 punten, 28% (n=221) van hen 5-7 punten en 37% (n=284) 8 punten of hoger.

Figuur 5.12 toont het scorepatroon op de afzonderlijke CAST-items. In totaal gaf 23% van de respondenten aan *best vaak* of *heel vaak* cannabis te hebben gebruikt voor de middag. Dit percentage is onder de deelnemers met een CAST-score van 0-4 (1%) lager dan onder

de deelnemers met een CAST-score van 5-7 (15%) en deelnemers met een CAST-score van 8 of hoger (51%). Eenzelfde patroon zien we terug bij de andere CAST-items. In totaal gaf 60% van de respondenten aan *best vaak* of *heel vaak* cannabis te hebben gebruikt terwijl ze alleen waren. Daarnaast meldde ongeveer twee vijfde van de respondenten *zelden* tot en

met *heel vaak* geheugenproblemen te hebben gehad (41%), het advies te hebben gekregen te minderen of te stoppen (40%), of geprobeerd te hebben te stoppen (35%). Een op de zeven respondenten (14%) gaf aan *zelden* tot en met *heel vaak* problemen te hebben gehad door het cannabisgebruik.

Figuur 5.12 Scorepatroon CAST-items naar CAST-totaalscore (n=779)



Percentage respondenten dat *best vaak* t/m *heel vaak* antwoordde op CAST-item 1 (gebruik voor de middag) en CAST-item 2 (gebruik alleen) en *zelden* t/m *heel vaak* antwoordde op de overige CAST-items.

Tabel 5.9 Aantal dagen cannabis gebruikt in de afgelopen 30 dagen naar CAST-score

	CAST-score 0-4 n=267		CAST-score 5-7 n=216		CAST-score 8 of hoger n=278	
	Aantal	Procent	Aantal	Procent	Aantal	Procent
1-3 dagen	30	11%	10	5%	6	2%
4-9 dagen	49	18%	23	11%	6	2%
10-19 dagen	53	20%	30	14%	23	8%
20 dagen of meer	135	51%	153	71%	243	87%

De respondenten met een CAST-score van 8 of hoger gebruikten vaker frequent cannabis dan de respondenten met een lagere CAST-score (zie tabel 5.9). Van de respondenten met een CAST-score van 8 of hoger gaf 87% aan op 20 dagen of meer cannabis te hebben gebruikt in de afgelopen 30 dagen, vergeleken met 71% van de respondenten met een score van 5-7 punten en 51% van de respondenten met een score van 0-4 punten.

Respondenten met een hogere CAST-score (≥ 8) roken daarnaast ook gemiddeld meer joints (met tabak) per gemiddelde gebruiksday dan respondenten met een lagere CAST-score (0-4; 5-7), *Welch's F* (2, 456.30) = 35.90, $p < .001$. De respondenten met een CAST-score van 8 of hoger roken gemiddeld 3,9 joints (SD=2,9) per gemiddelde gebruiksday, vergeleken met gemiddeld 2,2 joints (SD=1,6) onder de respondenten met een score van 0-4. De respondenten met een CAST-score van 5-7 zitten hier tussenin, zij roken gemiddeld 2,7 joints (SD=2,0) per gemiddelde gebruiksday.

Incidenten

Aan de respondenten is gevraagd of ze in de afgelopen 12 maanden wel eens onwel zijn geworden of een ongeluk hebben gehad bij of door het gebruik van cannabis. Deze vraag is door 802 respondenten beantwoord. De meerderheid van hen (92%, $n=738$) antwoordde 'nee', 8% ($n=63$) gaf aan wel een incident te hebben meegemaakt. Aan hen is gevraagd om wat voor een incident het ging (meerdere antwoorden mogelijk). Misselijkheid/overgeven werd het meest gerapporteerd (30%, $n=19$), gevolgd door bewustzijn verloren of 'out' gegaan (20%, $n=13$), angst- of paniekaanval (18%, $n=11$), een black-out of geheugenverlies (16%, $n=10$) en nare hallucinaties (6%, $n=4$). Bij 8% ($n=5$) van de respondenten die een incident hadden meegemaakt, ging het daadwerkelijk om een ongeval of ongeluk. 21% ($n=13$) gaf aan een ander gezondheidsprobleem of incident te hebben meegemaakt.

Tabel 5.11 Gezondheidsproblemen of incidenten bij het gebruiken van wiet/hasj in de afgelopen 12 maanden. Combinatiegebruik

	Black-out / geheugenverlies		Bewustzijn verloren of out zijn gegaan		Angst of paniekaanval		Nare hallucinaties		Misselijkheid/ overgeven		Ongeval/ongeluk		Ander gezondheidsprobleem of incident	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
	n=10		n=12*		n=9**		n=4		n=18*		n=5		n=9***	
Geen alcohol of andere drugs gebruikt	6	60%	6	50%	6	67%	2	50%	9	50%	1	20%	8	89%
Alcohol gebruikt	4	40%	5	42%	2	22%	2	50%	8	44%	3	60%	-	-
Andere drugs gebruikt	-	-	-	-	1	11%	-	-	-	-	1	20%	-	-
Alcohol en andere drugs gebruikt	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7%	-	-	-	-
Wil niet zeggen	-	-	1	8%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	11%

* Er was één ontbrekend antwoord op deze vraag.

** Er waren twee ontbrekende antwoorden op deze vraag.

*** Er waren vier ontbrekende antwoorden op deze vraag.

Minderen of stoppen met gebruik

Aan de respondenten is gevraagd of zij in de afgelopen 12 maanden hulp hebben gezocht om te stoppen of te minderen met het gebruik van hasj of wiet. De meerderheid van de respondenten (90%) geeft aan geen

hulp te hebben gezocht. De meest gebruikte vormen van hulp bij het minderen of stoppen, zijn tips zoeken op internet (3%), hulp van de verslavingszorg (3%), hulp van huisarts of psycholoog (2%) en hulp van vrienden of familie (2%).

Tabel 5.12 Stoppen of minderen bij het gebruik van wiet of hasj in de afgelopen 12 maanden. Hulp ingeschakeld (frequenties en percentages) (n=801)

Vorm van hulp	n	%
Ja, ik heb op internet tips gezocht	20	3%
Ja, bij de verslavingszorg	25	3%
Ja, via de huisarts of psycholoog	17	2%
Ja, via vrienden/familie/mensen in mijn omgeving	13	2%
Ja, via een zelfhulpprogramma (online)	6	1%
Ja, via een app	1	0%
Ja, via een andere manier	13	2%
Nee, niet gedaan	716	89%
Wil niet zeggen	7	1%

* Meerdere antwoorden mogelijk. Er waren acht ontbrekende antwoorden op deze vraag.

5.9. Illegale markt

De module illegale markt begon met de selectievraag of de respondenten in de afgelopen maand buiten de coffeeshop cannabis hebben gekocht. Voor respondenten die hierop bevestigend antwoordden (n=23, zie ook figuur 5.5), was het de bedoeling dat er vragen zouden volgen over de frequentie van aankopen van cannabis op de illegale markt, de reden van aankoop op de illegale markt (prijs, kwaliteit, variëteit, sterkte, etc.), de meest voorkomende locatie en wijze van aankoop (in de gemeente, straatdealer, 06-dealer, online, etc.), eventuele verandering in koopgedrag/bron in de loop van de tijd en redenen hiervoor.

Door een fout in de programmering van de vragenlijst zijn deze vragen echter slechts aan enkele van de 23 respondenten gesteld die de afgelopen maand buiten de coffeeshops cannabis hebben gekocht. Vanwege het

geringe aantal respondenten is besloten niet over deze vragen te rapporteren in dit verslag.

De module illegale markt bevatte daarnaast vragen over drugs die in buurt van de coffeeshop worden aangeboden. Aan de respondenten is gevraagd of zij in de afgelopen 30 dagen in de directe omgeving van de coffeeshop drugs aangeboden hebben gekregen. Deze vraag is door 800 respondenten beantwoord. Daarbij geeft 8% (n=61) van hen aan dat zij inderdaad in de directe omgeving van de coffeeshop drugs aangeboden hebben gekregen. De meest aangeboden drug was wiet (54%, n=33), gevolgd door hasj (36%, n=22). In 48% (n=29) van de gevallen ging het om andere drugs dan hasj of wiet. Tot slot geeft 15% (n=9) van de respondenten aan dat zij niet weten welke drugs hun werden aangeboden.

6 Leefbaarheid rondom coffeeshops

Kernpunten van dit hoofdstuk

- Mensen die in de directe omgeving van een coffeeshop wonen of werken, zijn over het algemeen tevreden met het wonen/werken in de buurt (88,4%).
- Twee derde (64,7%) van hen zegt dat er voorvallen in de directe omgeving van de coffeeshop voorkomen waar mensen overlast van zouden kunnen ervaren. Dit betreft voornamelijk verkeersoverlast, geluidsoverlast en overlast door rondhangende personen. Deze voorvallen worden vaker niet dan wel gerelateerd aan de coffeeshop en zijn bezoekers.
- Twee derde (68,2%) van de respondenten die zegt dat er overlast voorkomt in de omgeving, ervaart hier zelf ook daadwerkelijk hinder van.
- Over het algemeen voelen mensen die in de directe omgeving van een coffeeshop wonen zich veilig. De respondenten geven de veiligheid in de buurt gemiddeld een 7,3. Driekwart (76%) van hen heeft zich in de afgelopen zes maanden niet onveilig gevoeld in de buurt. Een ruime meerderheid (85,3%) is in de afgelopen zes maanden in de buurt geen slachtoffer geweest van een misdrijf.

Om zicht te krijgen op de aard en omvang van eventuele overlast in de directe omgeving van de coffeeshops, zijn in totaal 388 enquêtes afgenomen bij personen die in de directe omgeving van de coffeeshop wonen en/of werken.⁵¹ De enquêtes zijn zowel in de interventie- als vergelijkingsgemeenten afgenomen (zie hoofdstuk 4).

Respondenten

Ruim de helft (55%, n=212) van de ondervraagden is man, de rest vrouw (45%,

n=176). Ongeveer de helft (54%) van de respondenten woont in de buurt van de coffeeshop. Een kwart van hen is ondernemer (26%) of medewerker (24%) van een bedrijf in de directe omgeving van de coffeeshop (zie tabel 6.1). De gemiddelde leeftijd van de respondenten is ruim 55 jaar.⁵² De ondervraagde bewoners wonen gemiddeld al ruim tien jaar in deze buurt, terwijl de ondervraagde ondernemers en medewerkers gemiddeld al negen jaar in deze buurt werken.

51 In dit hoofdstuk worden zij ook wel 'omwonenden' en/of 'omwerkenden' dan wel 'respondenten' genoemd.

52 De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 55,5 jaar. De jongste respondent was 14 jaar, terwijl de oudste respondent 87 jaar was.

Tabel 6.1 Kenmerken respondenten⁵³

Type respondent	n	%	Gem. tijd woon/werk
Bewoner	209	54%	10,6 jaar ⁵⁴
Ondernemer	99	26%	9,1 jaar ⁵⁵
Medewerker	95	24%	9,1 jaar ⁵⁶

6.1. Leefbaarheid

Aan de respondenten is gevraagd hoe tevreden of ontevreden zij zijn met het wonen en/of werken in de buurt. Een ruime meerderheid van de respondenten is (zeer) tevreden (88,4%; 342 personen) met het wonen en/of werken in de buurt. Een enkeling is (zeer) ontevreden (7,0%; 27 personen) of niet tevreden en niet ontevreden (4,7%; 18 personen). Gemiddeld geven de respondenten het wonen en/of werken in de buurt het rapportcijfer 7,8.⁵⁷

Overlast

In deze paragraaf besteden we aandacht aan voorvallen waarvan mensen overlast of hinder zouden kunnen ondervinden. Vervolgens gaan we in op de daadwerkelijk ervaren overlast.

Mogelijke overlast

Aan respondenten is gevraagd of er in de afgelopen zes maanden voorvallen zijn geweest in de directe woon- of

werkomgeving, die overlast of hinder zouden kunnen veroorzaken (ongeacht of ook daadwerkelijk overlast is ervaren). Dit kan zowel voorvallen betreffen die te relateren zijn aan de coffeeshop als voorvallen die andere oorzaken hebben. Twee derde (64,7%; 251 respondenten) geeft aan dat er voorvallen zijn geweest waarvan mensen mogelijk overlast hebben ervaren. Het gaat voornamelijk om verkeersoverlast (91 respondenten), geluidsoverlast (86 respondenten) en overlast door rondhangende personen (71 respondenten) (zie tabel 6.2).

Aan respondenten die aangeven dat er in de afgelopen zes maanden voorvallen zijn geweest waarvan zichzelf of anderen overlast zouden kunnen ervaren, is gevraagd hoe vaak deze voorvallen zich in de afgelopen zes maanden hebben voorgedaan: zelden, soms, regelmatig, vaak of altijd (zie in tabel 6.2). Hieruit komt naar voren dat potentieel overlast gevende voorvallen over het algemeen vrij vaak voorkomen.

53 Meerdere antwoorden mogelijk.

54 De bewoner die het kortst in de buurt woont, woont hier een jaar. De respondent die het langst in de buurt woont, woont hier 75 jaar. (n=167)

55 De ondernemer die het kortst in deze buurt werkt, werkt hier een maand. De ondernemer die het langst in de buurt werkt, werkt hier 43 jaar. (n=172)

56 De medewerker die het kortst in deze buurt werkt, werkt hier een maand. De medewerker die het langst in de buurt werkt, werkt hier 43 jaar. (n=172)

57 Het laagst gegeven rapportcijfer is een 1, het hoogste cijfer is een 10.

Tabel 6.2 Aantal unieke respondenten dat aangeeft dat overlastvorm voorkomt en de frequentie waarmee dit het geval zou zijn, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=251)

Overlastvorm	Overlast komt voor	Zelden, soms	Regelmatig	Vaak, altijd
Verkeersoverlast	91	10	28	50
Geluidsoverlast	86	20	32	31
Rondhangende personen	71	17	12	39
Drugsgebruik	45	9	12	23
Alcoholgebruik	31	5	9	17
Drugshandel	30	3	8	19
Rommel	27	9	5	12
Geuroverlast	7	2	2	1

Aan de (251) respondenten die aangeven dat bepaalde voorvallen voorkomen waarvan zichzelf of iemand anders overlast zou kunnen ervaren, is gevraagd waardoor of door wie deze voorvallen volgens hen veroorzaakt worden. Naar aanleiding van de antwoorden op deze vraag is nagegaan in hoeverre respondenten de vormen van potentiële overlast aan de coffeeshop en zijn bezoekers

relateren (zie tabel 6.3). De vormen van potentiële overlast die het vaakst gerelateerd worden aan de coffeeshop en zijn bezoekers, betreffen verkeersoverlast (31 respondenten), rondhangende personen (19 respondenten) en drugsgebruik (17 respondenten). Over het algemeen wordt de potentiële overlast beperkt gerelateerd aan de coffeeshop en zijn bezoekers.

Tabel 6.3 Aantal unieke respondenten dat potentieel overlast gevende voorvallen aan een coffeeshop relateert, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=251)

Overlastvorm	Overlast komt voor	Relateren aan shop	Niet relateren aan shop
Verkeersoverlast	91	31	57
Geluidsoverlast	86	7	68
Rondhangende personen	71	19	42
Drugsgebruik	45	17	20
Alcoholgebruik	31	1	28
Drugshandel	30	3	22
Rommel	27	2	16
Geuroverlast	7	2	1

Ervaren overlast

De respondenten hebben aangegeven welke voorvallen er in de buurt voorkomen waar zijzelf of iemand anders overlast van zou kunnen ervaren. Vervolgens is gevraagd of de respondent in de afgelopen zes maanden zelf overlast heeft ervaren van deze voorvallen. Hieruit komt naar voren dat ruim twee derde (68,2%)⁵⁸ van hen zelf overlast heeft ervaren van één of meer van de genoemde voorvallen.

Tabel 6.4 laat zien waarvan en hoe vaak deze respondenten daadwerkelijk overlast hebben ervaren.

Aan de respondenten die aangeven dat zij overlast ervaren, is gevraagd door wie of wat deze overlast volgens hen veroorzaakt wordt. Aan de hand van deze antwoorden kan worden bepaald in hoeverre de respondenten de overlast relateren aan de coffeeshop (zie tabel 6.5).

Tabel 6.4 Aantal unieke respondenten dat daadwerkelijk overlast ervaart en de frequentie waarmee dit het geval is, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=122)

Overlastvorm	Ervaart overlast	Zelden, soms	Regelmatig	Vaak, altijd
Verkeersoverlast	40	4	11	24
Geluidsoverlast	37	7	12	17
Rondhangende personen	33	8	8	17
Drugsgebruik	13	2	2	8
Alcoholgebruik	8	4	0	4
Drugshandel	13	0	2	11
Rommel	18	7	1	10
Geuroverlast	2	0	1	1

Tabel 6.5 Aantal unieke respondenten dat de daadwerkelijk ervaren overlast relateert aan de coffeeshop, in absolute aantallen (n=122)

Overlastvorm	Ervaart overlast	Relateren aan shop	Niet relateren aan shop
Verkeersoverlast	40	14	17
Geluidsoverlast	37	4	28
Rondhangende personen	33	8	18
Drugsgebruik	13	5	5
Alcoholgebruik	8	1	5
Drugshandel	13	1	7
Rommel	18	3	13
Geuroverlast	2	0	1

58 165 van de 242 respondenten (68,2%) gaf aan zelf overlast te ervaren. 75 van de 242 respondenten (31%) ervaart zelf geen overlast. Twee respondenten (0,8%) hebben de vraag niet beantwoordt.

Alle respondenten is gevraagd of zij in de afgelopen zes maanden melding hebben gemaakt of aangifte hebben gedaan van overlast in de directe woon- of werkomgeving in verband met (hard)drugs of alcohol. Een ruime meerderheid (80,2%) heeft geen melding of aangifte gedaan. In totaal hebben 69 respondenten een melding gedaan, terwijl 11 respondenten aangifte hebben gedaan. Vijf personen hebben én ten minste één melding én ten minste één keer aangifte gedaan.

Meldingen

In totaal hebben 69 respondenten een melding gedaan van overlast in de directe woon- of werkomgeving in verband met (hard)drugs of alcohol. Het minimum aantal gedane meldingen is één, terwijl het maximum aantal meldingen per respondent in de afgelopen zes maanden tien is.⁵⁹ Gemiddeld hebben de respondenten die melding(en) hebben gedaan, 2,5 meldingen gedaan in de afgelopen zes maanden.

Aangiften

Elf respondenten hebben in de afgelopen zes maanden aangifte gedaan vanwege overlast in de directe woon- of werkomgeving in verband met (hard)drugs of alcohol. Het minimum aantal aangiften per persoon is één, terwijl het maximum aantal aangiften per respondent vier is.⁶⁰ Gemiddeld hebben de respondenten die aangifte hebben gedaan, in de afgelopen zes maanden 1,5 aangiften gedaan.

Activiteiten politie en gemeente in verband met overlast

Ten slotte is aan respondenten gevraagd in hoeverre zij tevreden zijn over de activiteiten

die de politie en gemeenten in de afgelopen zes maanden tegen de overlast in de directe woon- of werkomgeving hebben ondernomen. Ongeveer een derde (31,3%) van de respondenten is (zeer) tevreden over de activiteiten van politie en gemeente, terwijl een vijfde (18,8%) (zeer) ontevreden is. De overige respondenten zijn niet tevreden en niet ontevreden (12,7%) of hebben hierover geen mening (37,1%).

6.2. Veiligheid

De omwonenden en omwerkenden is gevraagd naar de veiligheid in de buurt. De respondenten geven de veiligheid in de buurt gemiddeld het rapportcijfer 7,3.⁶¹ Ook is gevraagd hoe vaak zij zich in de afgelopen zes maanden onveilig hebben gevoeld in de buurt: nooit, zelden, soms, regelmatig, vaak of altijd. Van de respondenten geven 295 (76%) aan zich in de afgelopen zes maanden nooit onveilig te hebben gevoeld in de buurt (zie tabel 6.6).

Tabel 6.6. Aantal unieke respondenten dat gevoelens van onveiligheid heeft ervaren in de afgelopen zes maanden en de frequentie waarmee dat het geval was, in absolute aantallen (n=387)

Frequentie	Aantal unieke respondenten
Nooit	295
Zelden	29
Soms	38
Regelmatig	9
Vaak	12
Altijd	4

59 Eén respondent zegt in de afgelopen zes maanden 100 meldingen te hebben gedaan. Een andere respondent geeft aan in de afgelopen zes maanden 30 meldingen te hebben gedaan. Beiden zijn niet meegenomen in de berekeningen.

60 Eén respondent zegt 12 keer aangifte te hebben gedaan in de afgelopen zes maanden. Het betreft een 'outlier' die niet is meegenomen in de analyses.

61 Het laagste cijfer dat werd gegeven is een 1, het hoogste cijfer is een 10.

Aan de respondenten die aangeven zich in de afgelopen zes maanden weleens onveilig te hebben gevoeld, is gevraagd naar de voornaamste reden voor deze gevoelens. De redenen die zij hiervoor noemen, zijn weergegeven in tabel 6.7.

Tabel 6.7 Voornaamste redenen voor gevoelens van onveiligheid in de afgelopen zes maanden, aantal unieke respondenten, in absolute aantallen, meerdere antwoorden mogelijk (n=91)

Reden onveiligheid	Aantal unieke respondenten
Rondhangende personen	55
Druggebruik	12
Verkeersoverlast	11
Drugshandel	8
Agressief gedrag	7
Alcoholgebruik	6
Geluidsoverlast	5
Verslaafden	4
Diefstal	3
Zwerfafval	2
Anders	14 ⁶²

Slachtofferschap

In de enquête is ook gevraagd naar slachtofferschap. Een ruime meerderheid (85,3%) is in de afgelopen zes maanden in de buurt geen slachtoffer geweest van een

misdrijf. Aan respondenten die in de afgelopen zes maanden wel slachtoffer zijn geweest van een misdrijf in de buurt, is gevraagd waarvan zij slachtoffer zijn geworden (zie tabel 6.8).

Tabel 6.8 Misdrijven waarvan respondenten in de afgelopen zes maanden in de buurt slachtoffer zijn geworden (n=56)

	Aantal unieke respondenten dat slachtoffer is geworden
Fietsendiefstal	12
Bedreiging	11
Vernieling of beschadiging auto	7
Vernieling of beschadiging woning	6
Winkeldiefstal	5
Woninginbraak	4
Diefstal uit/vanaf auto	3
Mishandeling	4
Vandalisme, vervuiling	3
(Seksuele) intimidatie	2
Vernieling of beschadiging fiets	2
Zakkenrollerij / beroving zonder geweld	2
Beroving met geweld	1
Poging tot woninginbraak	1

62

In de categorie 'anders' vallen onder meer: coffeeshopbezoekers (1x), dierenmishandeling (1x), aanwezigheid politie (1x), optreden politie/brandweer (1x), bezoekers van een shisha lounge (1x), vervelende studenten (1x), minder mensen op straat in verband met de wereldwijde uitbraak van Covid-19 (1x), kapotte (straat)verlichting (1x).

7 Cijfermatige systeemkennis politie

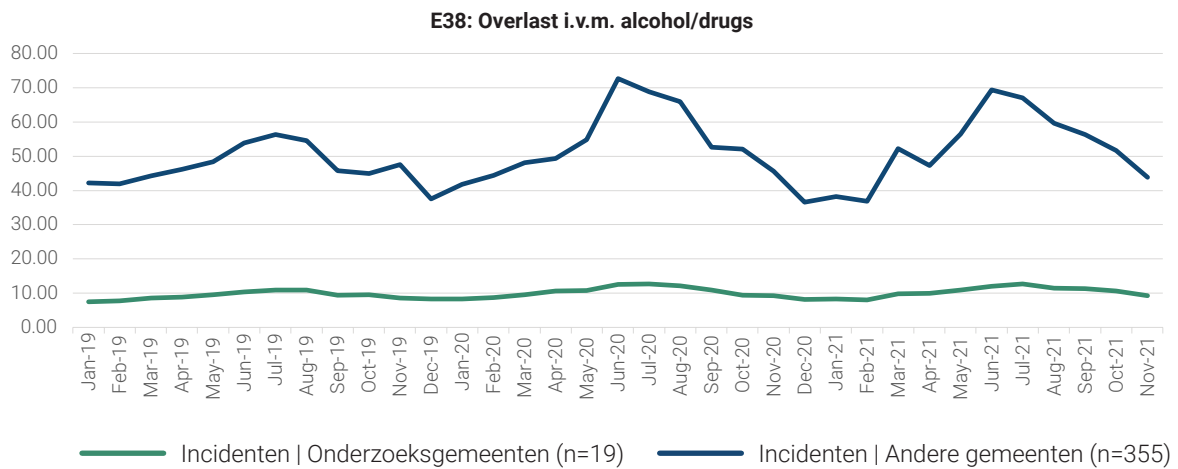
Kernpunten van dit hoofdstuk

- Alle 19 deelnemende gemeenten vervullen een centrumfunctie in hun regio. In onderzoeksgemeenten staan – waarschijnlijk daarom – gemiddeld meer incidenten geregistreerd onder de MK E38: ‘Overlast in verband met alcohol en/of drugs’ dan in de andere Nederlandse gemeenten.
- Voor de MK’s die worden toegekend in het geval van het bezit van, de handel in of het vervaardigen van softdrugs, is het aantal registraties relatief laag in zowel de onderzoeks- als andere gemeenten. Er zijn vrijwel geen patronen over de tijd of verschillen tussen de groepen gevonden. Alleen voor het bezit van softdrugs is vanaf begin 2021 een trendbreuk (sterke daling) waarneembaar, die waarschijnlijk het gevolg is van een registratie-effect.
- Voor het bezit van harddrugs staan gemiddeld meer incidenten en misdrijven geregistreerd in de onderzoeksgemeenten ten opzichte van de niet-deelnemende gemeenten. Ook hier vinden we dezelfde trendbreuk (sterke daling) als bij het bezit van softdrugs. En ook hier gaat het vermoedelijk om een registratie-effect.
- Het aantal incidenten en misdrijven in verband met de handel in of het vervaardigen van harddrugs ligt betrekkelijk laag. Het lijkt erop dat de aantallen incidenten ietwat hoger liggen in de onderzoeksgemeenten dan in de andere gemeenten, maar de aantallen zijn dusdanig laag dat lastig is vast te stellen of het hier om een wezenlijk verschil gaat.

In dit hoofdstuk bespreken we het beeld dat uit de politiegegevens naar voren komt van de interventie- en vergelijkingsgemeenten. Daarbij is het aantal incidenten en misdrijven dat in de 19 onderzoeksgemeenten bij de politie geregistreerd staat onder de vooraf geselecteerde maatschappelijke klassen (MK’s), vergeleken met de aantallen in de 355 andere Nederlandse gemeenten ten tijde van de voormeting (2021).

7.1. Overlast in verband met alcohol en/of drugs

Van alle onderzochte MK’s is E38: ‘Overlast in verband met alcohol en drugs’ de meest voorkomende. Voorvallen die onder deze MK vallen, kunnen niet worden aangemerkt als misdrijven, omdat het overlast betreft. Daarom staan in figuur 7.1 alleen incidenten vermeld. We zien dat er in de onderzoeksgemeenten

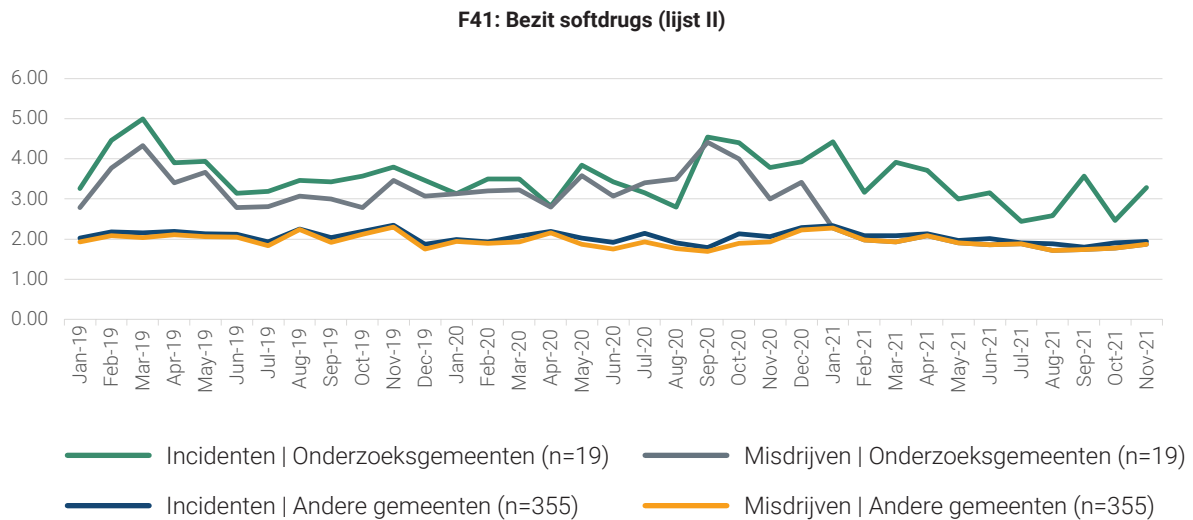
Figuur 7.1 Gemiddeld aantal maandelijks incidenten geregistreerd onder de MK E38

gemiddeld meer incidenten onder deze MK staan geregistreerd dan in de andere Nederlandse gemeenten. Dit houdt ongetwijfeld verband met het feit dat alle deelnemende gemeenten een centrumfunctie in hun regio vervullen. Het gemiddeld aantal incidenten in de onderzoeksgemeenten varieert tussen de 36 en 72 en laat vooral een piek zien in de zomermaanden. Die piek is in 2019 lager dan in 2020 en 2021. We vermoeden dat dit verband houdt met de beperkende maatregelen als gevolg van de wereldwijde uitbraak van Covid-19, waardoor de horeca (deels) gesloten was in 2020 en 2021. Met name het gebruik van alcohol zou zich naar de openbare ruimte kunnen hebben verplaatst.

7.2. Bezit, handel en vervaardigen softdrugs

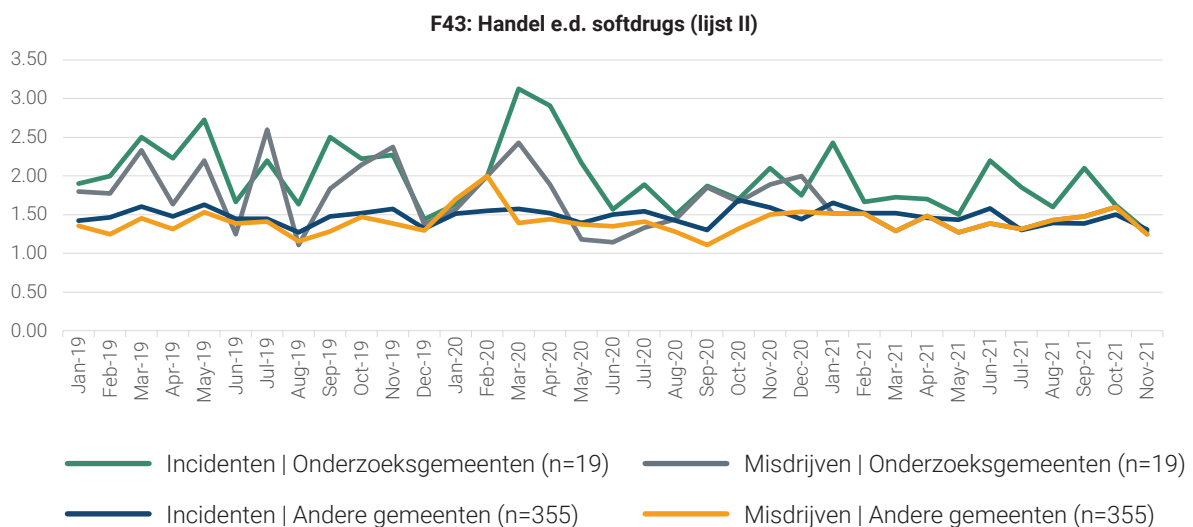
Vervolgens is gekeken naar zogenoemde softdrugsincidenten en -misdrijven. Achtereenvolgens gaat het om het bezit, de handel en het vervaardigen van softdrugs.

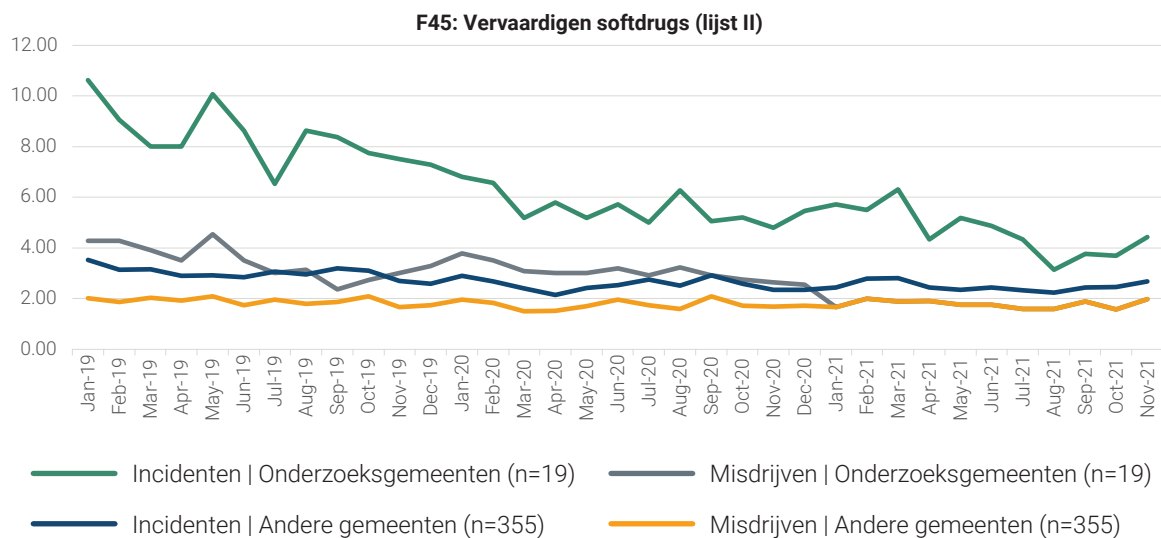
Figuur 7.2 toont voor de deelnemende en de niet-deelnemende gemeenten het gemiddeld aantal incidenten per maand, dat de MK F41: 'Bezit softdrugs (lijst II)' heeft meegekregen. Uit de resultaten blijkt dat er gemiddeld zo tussen de twee en vijf incidenten en/of misdrijven geregistreerd staan in Nederlandse gemeenten. Daarbij ligt het gemiddelde voor de deelnemende gemeenten doorgaans hoger dan dat in de niet-deelnemende gemeenten. Verder constateren we dat het gemiddelde aantal incidenten en het gemiddelde aantal misdrijven binnen de twee groepen ongeveer gelijk is. Opvallend is de trendbreuk in het aantal misdrijven in de onderzoeksgemeenten (oranje lijn) vanaf 2021. Hier is geen goede verklaring voor; het gaat naar verwachting om een registratie-effect.

Figuur 7.2 Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F41

Vervolgens is gekeken naar de MK F43: 'Handel e.d. softdrugs (lijst II). Hieronder vallen incidenten en misdrijven die te maken hebben met het op illegale wijze verkopen van softdrugs. De ontwikkeling in het gemiddeld aantal incidenten en misdrijven die onder deze MK geregistreerd staan, is naar verwachting een indicator voor de mate waarin sprake is van zichtbare straathandel in softdrugs in de gemeenten. We zien dat het bij zowel

de deelnemende als de niet-deelnemende gemeenten gemiddeld om een relatief laag aantal registraties gaat, zo tussen de één en de drie (zie figuur 7.3). In tegenstelling tot de hiervoor behandelde MK's ontlopen de twee groepen gemeenten elkaar nauwelijks. Ook zien we geen patronen over de tijd of verschillen tussen het aantal geregistreerde incidenten en misdrijven.

Figuur 7.3 Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F43

Figuur 7.4 Gemiddeld aantal maandelijks incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F45

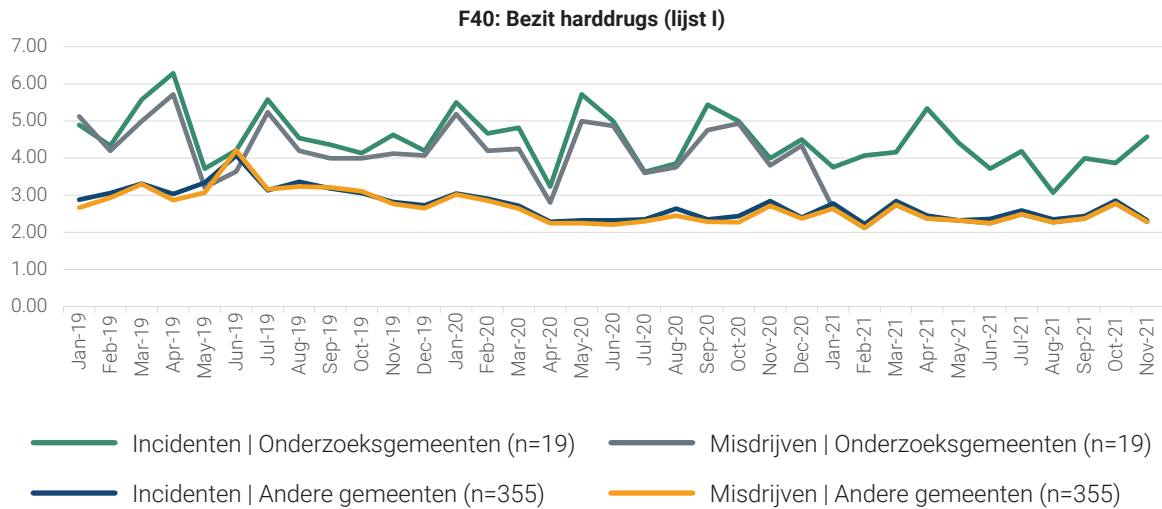
Ten slotte is het gemiddeld aantal incidenten en misdrijven in kaart gebracht dat onder MK F45: 'Vervaardigen softdrugs' staat geregistreerd. De ontwikkelingen in deze aantallen zullen naar verwachting een indicator zijn voor het aantal wietkwekerijen dat de politie heeft opgerold in de desbetreffende gemeenten. Over het algemeen gaat het hier ook om een betrekkelijk laag aantal registraties; gemiddeld zo tussen de twee en vier per maand (zie figuur 7.4). Een uitzondering hierop is het gemiddeld aantal incidenten in de onderzoeksgemeenten (blauwe lijn) in 2019 die dan tussen de zeven en 11 registraties bedraagt. Vervolgens is een dalende trend waarneembaar, die uiteindelijk stabiliseert in 2021.

7.3. Bezit, handel en vervaardigen harddrugs

Naast de zogenoemde softdrugsincidenten en -misdrijven bestuderen we in dit onderzoek ook de harddrugsincidenten en

-misdrijven. Verschuivingen op de markt voor softdrugs zouden immers kunnen leiden tot verschuivingen op de markt voor harddrugs. Ook voor harddrugs is gekeken naar het bezit, de handel en het vervaardigen. Figuur 7.5 toont voor de deelnemende en de niet-deelnemende gemeenten het gemiddeld aantal incidenten per maand, waaraan in de systemen de MK F40: 'Bezit harddrugs (lijst I)' is gekoppeld. Gemiddeld staan er per maand zo tussen de twee en de zeven incidenten of misdrijven in de politiestructuren onder deze MK. Voor het bezit van harddrugs stellen we verder vast dat er gemiddeld meer incidenten en misdrijven staan geregistreerd in de deelnemende gemeenten dan in de gemeenten die niet binnen het onderzoek vallen. Ook hier is sprake van een trendbreuk in het aantal misdrijven in de onderzoeksgemeenten (oranje lijn) in 2021 ten opzichte van de gemiddelden uit 2019 en 2020. En ook hier is de vermoedelijke oorzaak een registratie-effect. Voor de rest zijn er geen patronen over de tijd te onderscheiden.

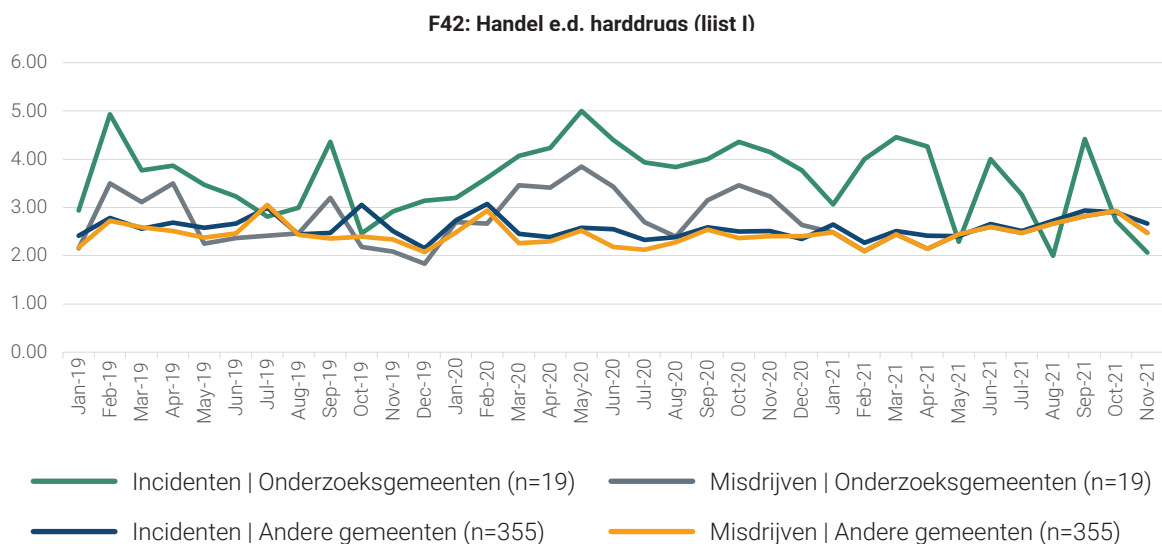
Figuur 7.5 Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F40



In figuur 7.6 zijn de resultaten weergegeven voor de MK F42: 'Handel e.d. harddrugs (lijst I)'. Net als MK F43 voor softdrugs is F42 een indicator voor de zichtbare straathandel in harddrugs in de desbetreffende gemeenten. Het aantal registraties voor deze MK ligt

betrekkelijk laag, zo tussen de twee en de vijf per maand. Het aantal incidenten is in de onderzoeksgemeenten (blauwe lijn) ietwat hoger dan dat in de andere gemeenten, met name in 2020 en (in mindere mate) in 2021.

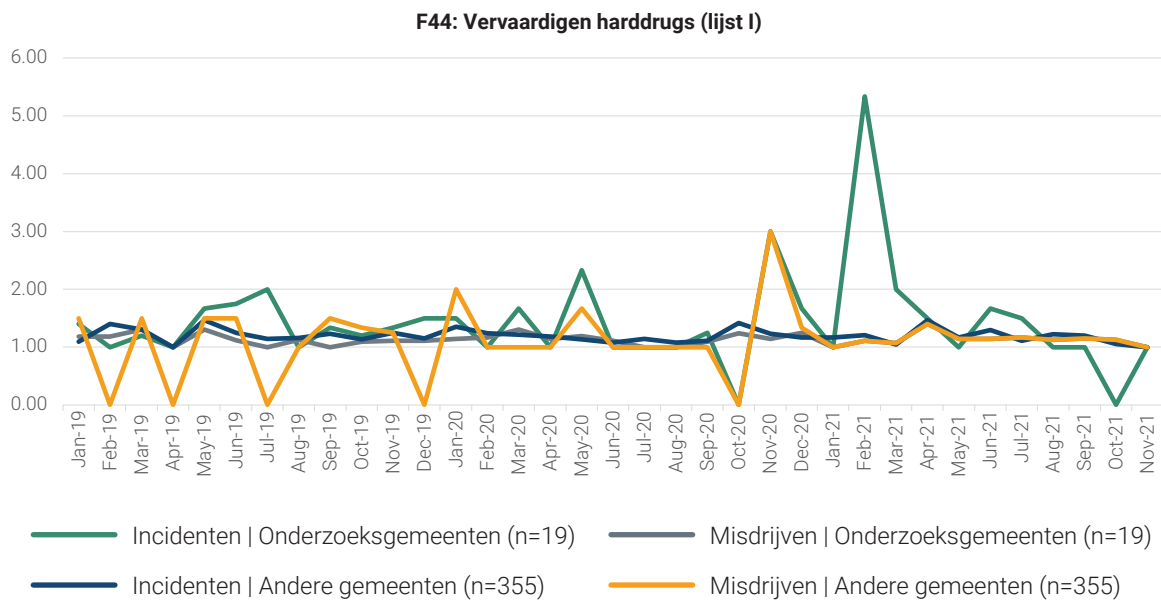
Figuur 7.6 Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F42



Wat betreft het vervaardigen van harddrugs zijn de resultaten in figuur 7.7 weergegeven. Het gaat om de incidenten en misdrijven die geregistreerd staan onder de MK F44: 'Vervaardigen harddrugs (lijst I)'. Waar het bij MK F45 hoogstwaarschijnlijk wietkwekerijen betreft, gaat het hier naar verwachting om door de politie gevonden locaties waar harddrugs worden gemaakt, zoals zogenoemde

drugslabs. Het gemiddeld aantal registraties per maand is zeer laag en varieert tussen de nul en de twee. Alleen voor het aantal incidenten in de onderzoeksgemeenten (blauwe lijn) is een piek waarneembaar in maart 2021, toen er gemiddeld meer dan vijf registraties per gemeente waren waar deze MK aan werd gekoppeld.

Figuur 7.7 Gemiddeld aantal maandelijkse incidenten en misdrijven geregistreerd onder de MK F44



8 Stand van zaken op de illegale markt

Kernpunten van dit hoofdstuk

- Prijs en een goede prijs-kwaliteitverhouding van cannabis waren de dominante motivaties van de deelnemers om cannabis buiten een coffeeshop te kopen. Daarna werden de mogelijkheid om grotere hoeveelheden aan te schaffen en de snelle bezorgservice als voornaamste redenen genoemd.
- De meest voorkomende wijze van aankoop van cannabis buiten coffeeshops was via een bezorgdienst of een mobiele telefoondealer.
- In iets meer dan de helft van de observaties kochten respondenten alleen wiet bij hun laatste aankoop buiten een coffeeshop. In ongeveer een vijfde van de observaties werd alleen hasj gekocht en eveneens in een vijfde van de observaties werd zowel wiet als hasj aangeschaft.
- In de overgrote meerderheid van de observaties vonden de respondenten het door hen gekochte cannabisproduct op de illegale markt 'goed' of 'zeer goed' wat betreft prijs-kwaliteitverhouding, effecten en geur/smaak.
- Hoewel verkopers op de illegale markt zich niet gebonden voelen door de aankooplimiet van 5 gram, werden voor het overgrote deel van de transacties buiten de coffeeshop hoeveelheden van minder dan 10 gram gekocht. Voor zowel wiet als hasj gaat het om ruim driekwart van de transacties.
- Voor zowel wiet als hasj werd in iets minder dan een tiende van de transacties meer dan 50 gram gekocht.
- Respondenten vinden het moeilijk om het gewicht van wiet te schatten op basis van een foto. Er bestaan aanzienlijke verschillen tussen het zelf gerapporteerde gewicht en het geschatte gewicht op basis van een fotokaart.
- De gemiddelde prijs voor een gram wiet buiten een coffeeshop is € 7 per gram, en € 6 voor hasj. Hierbij zijn aankoophoeveelheden van meer dan 50 gram cannabis en significante uitschieters uitgesloten van de analyse.
- Zoals verwacht duiden de resultaten op een negatief verband tussen het gewicht van de aankoop van cannabis (in grammen) en de prijs per gram (in euro's). De prijs per gram daalde met € 0,45 voor elke 10 gram toename van het gekochte gewicht. Voor hasj bedroeg deze prijsdaling per gram € 0,43.

De ontwikkelingen op de niet-gedoogde markt voor cannabis – dat wil zeggen, buiten de coffeeshop – zijn van cruciaal belang voor de werking van de gesloten coffeeshopketen. Zo kan er als gevolg van voorkeuren van cannabisgebruikers sprake zijn van verplaatsingseffecten vanuit de interventiecoffeeshops naar de niet-gedoogde markt. Ook kan een verschuiving in tegenovergestelde richting optreden, wanneer de gesloten coffeeshopketen in staat is op prijs en/of kwaliteit te concurreren met de illegale markt. Daarnaast kunnen zich in de illegale markt ontwikkelingen voordoen, die van invloed zijn op het succes van het experiment. Zo zouden illegale dealers in interventiegemeenten bijvoorbeeld hun prijs verder kunnen laten zakken om beter te concurreren met de coffeeshops uit het experiment. Dergelijke ontwikkelingen hebben een verstoringseffect op de verkoop van cannabis in de gesloten keten. Het is daarom voor dit experiment van groot belang om ontwikkelingen op de niet-gedoogde cannabismarkt te meten.

Aan de hand van de interviews met betrokkenen, zoals gemeenten, politie en coffeeshophouders, kan een globaal en indicatief beeld worden geschetst van de ontwikkelingen op de illegale markt. Dit beeld is echter gebaseerd op kwalitatieve percepties van de betrokkenen: anekdotisch en indirect bewijs. Bovendien heeft een groot aantal betrokkenen een belang bij de uitkomst van

het onderzoek en kan dit mogelijk een gekleurd beeld opleveren. Daarom hebben wij in deze monitor een onderzoeksactiviteit uitgevoerd, gericht op het meten van ontwikkelingen in de illegale markt: een enquête op basis van 'crowdsourcing' over transacties op de niet-gedoogde markt via een online survey platform. Hiermee kunnen de ontwikkelingen op de illegale markt gedurende de nulmeting en de looptijd van het experiment kwantitatief in kaart gebracht worden, zodat mogelijke effecten van de interventie inzichtelijk worden.

8.1. Redenen voor aankopen van cannabis buiten de coffeeshop

Tijdens de enquête is gevraagd naar de motivaties van de deelnemers om cannabis te kopen buiten een coffeeshop. Zoals blijkt uit tabel 8.1, heeft de meest genoemde reden (70%) betrekking op de prijs (dat wil zeggen, volgens de respondenten is cannabis goedkoper bij andere bronnen dan coffeeshops), en iets meer dan de helft (53%) van de steekproef noemde 'een goede prijs-kwaliteitverhouding' als belangrijke reden om cannabis buiten een coffeeshop te kopen. Deze resultaten wijken duidelijk af van de resultaten van de enquête onder coffeeshopbezoekers (zie hoofdstuk 5), waarbij respectievelijk 5% en 12% prijs-kwaliteitverhouding als reden noemt om wiet of hasj in de coffeeshop te kopen.

Tabel 8.1 Belangrijkste redenen om cannabis te kopen buiten een coffeeshop

Reden*	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Prijs hasj of wiet	840	70,12	1.404	67,08
De hasj of wiet heeft een goede prijs-kwaliteitverhouding	632	52,75	1.051	50,22
Kan ik meer grammen tegelijk kopen	446	37,23	801	38,27
Bezorgservice	465	38,81	728	34,78
Snelle service	417	34,81	676	32,30
Kwaliteit hasj of wiet is constant/betrouwbaar	365	30,47	651	31,10
De verkooplocatie is gunstig	323	26,96	562	26,85
Gunstige openingstijden	335	27,96	547	26,13
Hasj of wiet is sterker dan in coffeeshop (bijv. THC-gehalte ligt hoger)	309	25,79	527	25,18
Anoniemer	114	9,52	223	10,65
Omdat ik niet word toegelaten tot de coffeeshop	105	8,76	186	8,89
Op de aankoopplek heerst een goede sfeer/is het gezellig	110	9,18	185	8,88
Anders	78	6,51	154	7,36
Totaal aantal observaties	1.198		2.093	

* Meerdere antwoorden mogelijk.

De mogelijkheid om grotere hoeveelheden in één keer te kopen, werd ook gemeld door ongeveer 446 (37%) respondenten uit de onderzoeksgemeenten. En ongeveer een derde van hen kocht cannabis buiten coffeeshops, naar verluidt omdat ze toegang hadden tot een

betere service – met betrekking tot het type levering (39%), de snelheid van levering (35%) en de waargenomen betrouwbaarheid van de kwaliteit van de gekochte cannabisproducten (30%).

8.2. Bronnen van aankoop buiten de coffeeshop

Als we kijken waar of van wie de respondenten cannabis kochten buiten de coffeeshop, werd de laatste aankoop van respondenten (uit de

onderzoeksgemeenten) het vaakst gedaan via bezorgdiensten of via hun mobiele telefoon (40%) (zie tabel 8.2). Kopen van vrienden en van dealers (dealpand of thuisdealer) werd ook gemeld als bronnen bij meer dan 15% van de observaties.

Tabel 8.2 Bronnen van cannabis buiten coffeeshops (voor de laatste aankoop)

Waar of van wie heb je deze wiet en/of hasj gekocht?*	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Via een bezorgservice / 06-dealer	480	40,07	719	34,35
Via vrienden	249	20,78	433	20,69
Dealpand / thuisdealer	207	17,28	391	18,68
Op straat / op hangplekken bij een straatdealer	175	14,61	337	16,10
In een winkel / horecagelegenheid	34	2,84	57	2,72
Via internet	7	0,58	31	1,48
Via onbekenden die ik aanspreek om softdrugs voor mij te kopen	4	0,33	8	0,38
Anders	42	3,51	117	5,59
Totaal	1.198	100	2.093	100

* De respondenten konden slechts één optie kiezen voor hun laatste aankoop.

Tabel 8.3 Soorten gekochte cannabisproducten bij de laatste aankoop

Heb je bij deze aankoop hasj of wiet gekocht?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Wiet	692	57,76	1.210	57,81
Hasj	238	19,87	418	19,97
Allebei	268	22,37	465	22,22
Totaal	1.198	100	2.093	100

8.3. Soorten cannabis

De meeste respondenten die een aankoop hebben gedaan op de illegale markt in een onderzoeksgemeente, kochten alleen wiet (58%) bij hun laatste transactie. Een vijfde gaf aan bij hun laatste aankoop alleen hasj te hebben gekocht (20%) en een iets grotere groep (22%) gaf aan zowel wiet als hasj te hebben gekocht (zie tabel 8.3).

In de enquête werd verder gevraagd naar de soorten wiet- en hasjproducten die de respondenten bij hun laatste aankoop hadden gekocht. Onder de respondenten van de onderzoeksgemeenten was de top 5 van wietsoorten: Amnesia Haze (n= 342; 35,63%), Amnesia (n= 186; 19,38%), (Super) Lemon Haze (n= 186; 19,38%), (Super) Silver Haze (n= 161; 16,77%) en Haze (n= 134; 13,96%) (zie tabel 8.4). Verder valt op dat de categorie 'overig' frequent wordt gekozen. De percentages van de verschillende soorten binnen de onderzoeksgemeenten komen grotendeels overeen met die in alle gemeenten met observaties. We benadrukken dat de resultaten van deze vraag met enige terughoudendheid

moeten worden geïnterpreteerd. De aanduiding van variëteiten door dealers op de illegale markt is doorgaans niet 100% betrouwbaar en sommige gebruikers weten ook niet wat ze precies kopen.

De hierboven genoemde top 5 komt grofweg overeen met de top 5 van meest populaire soorten in de coffeeshop, zowel op basis van de menukaartanalyse (zie hoofdstuk 4, dus op basis van beschikbaarheid in coffeeshops) als op basis van de enquêtes met coffeeshopbezoekers (zie hoofdstuk 5, dus op basis van de laatste aankoop in de coffeeshop). Alleen valt White Widow voor aankopen buiten de coffeeshop net buiten de top 5, terwijl deze op basis van de bezoekersenquête bij coffeeshops het meest populair is en de derde soort op basis van beschikbaarheid in coffeeshops. Verder bestaat er slechts een beperkt verschil in de volgorde van de soorten binnen de top 5 en het daarmee corresponderende aandeel. Dit blijkt onder andere uit het relatief grote aandeel van transacties (10,9%) waarvan de koper niet weet om welke soort het gaat.

Tabel 8.4 Soorten wietproducten die bij de laatste aankoop zijn verkregen

Welke soort(en) wiet heb je gekocht bij deze aankoop?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Amnesia Haze	342	35,63	575	34,33
Amnesia	186	19,38	333	19,88
(Super) Lemon Haze	186	19,38	321	19,16
(Super) Silver Haze	161	16,77	282	16,84
Haze	134	13,96	238	14,21
White Widow	91	9,48	164	9,79
Gorilla Glue	80	8,33	140	8,36
Kush	67	6,98	119	7,10
AK-47	39	4,06	79	4,72
Bubble Gum	41	4,27	77	4,60
(Super) Skunk	22	2,29	58	3,46
Northern Light	25	2,60	57	3,40
Jack Herrer	26	2,71	56	3,34
Cheese (Haze)	26	2,71	55	3,28
Power Plant	25	2,60	50	2,99
Sneeuw witje/ Snowwhite	17	1,77	43	2,57
Orange Bud	20	2,08	41	2,45
Cristal/Crystal	17	1,77	34	2,03
NY Diesel	15	1,56	34	2,03
K2	15	1,56	32	1,91
Afghani/Afghaan skunk	10	1,04	31	1,85
Santa Maria	14	1,46	27	1,61
CBD wiet	14	1,46	22	1,31
Jamaica	5	0,52	22	1,31
Shiva	7	0,73	22	1,31
(Super) Thai(stick)	8	0,83	20	1,19

Welke soort(en) wiet heb je gekocht bij deze aankoop?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Top 44	6	0,63	20	1,19
NLX	5	0,52	19	1,13
Columbia	5	0,52	14	0,84
Overig	172	17,92	311	18,57
Weet ik niet	105	10,94	175	10,45
Aantal in aanmerking komende respondenten	960		1.675	

Wat de verkregen hasjproducten betreft, waren de vijf meest gerapporteerde soorten door respondenten in de onderzoeksgemeenten: Marok (n= 75; 14,82%), Amnesia hasj/block (n= 65; 12,85%), Haze hasj/block (n= 63; 12,45%), Hia/heya (n= 59; 11,66%), Super Polm (n= 57; 11,26%) (zie tabel 8.5 voor het volledige overzicht). Hiervoor gelden vergelijkbare observaties als voor de wietvariëteiten: de verdeling binnen de onderzoeksgemeenten en alle gemeenten is vrijwel identiek. Het voornaamste verschil is dat het aandeel van de top 5-variëteiten kleiner is, met name vanwege het grote aandeel 'overig' en 'weet ik niet' (beiden 21,0%).

Daarnaast komt de top 5 ook grotendeels overeen met die van coffeeshopbezoekers (zie hoofdstuk 5) en van de menukaartanalyse (zie hoofdstuk 4). Er zijn echter enkele opvallende verschillen. Super Polm en Polm zijn populairdere soorten bij coffeeshopbezoekers (respectievelijk vierde en eerste) en op menukaarten (respectievelijk eerste en tweede). Daarnaast zijn Ketama en Beldia populairder op coffeeshopmenukaarten (respectievelijk vijfde en derde), terwijl de laatstgenoemde niet voorkomt op de lijst met mogelijke soorten in de vragenlijst voor transacties buiten de coffeeshop. Deze soort valt dus mogelijk onder 'overig'.

Tabel 8.5 Soorten hasjproducten die bij de laatste aankoop zijn verkregen

Welke soorten hasj heb je gekocht bij deze aankoop?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Marok	75	14,82	139	15,74
Amnesia Hasj/Block	65	12,85	115	13,02
Haze Hasj/Block	63	12,45	115	13,02
Hia/Heya	59	11,66	107	12,12
Super Polm	57	11,26	98	11,10
Polm	45	8,89	83	9,40

Welke soorten hasj heb je gekocht bij deze aankoop?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Afghaan	37	7,31	70	7,93
Caramello	36	7,11	67	7,59
Ketama	27	5,34	58	6,57
Isolar/Ice/IceOlator	25	4,94	56	6,34
King Hassan	18	3,56	36	4,08
Nederhasj	17	3,36	38	4,30
Crystal/Kristal	15	2,96	30	3,40
Tblisa/Twisla	14	2,77	29	3,28
Casa Blanca	12	2,37	20	2,27
Libanon	10	1,98	26	2,94
Nepal	8	1,58	21	2,38
Zero	8	1,58	21	2,38
Special	8	1,58	16	1,81
Skuff	7	1,38	21	2,38
Warme Oortjes	7	1,38	20	2,27
Manali	5	0,99	14	1,59
Temple Balls	5	0,99	12	1,36
Primera	4	0,79	14	1,59
Overig	106	20,95	166	18,80
Weet ik niet	106	20,95	173	19,59
Aantal in aanmerking komende respondenten	506		883	

8.4. Kenmerken en tevredenheid

De keuze van de producten lijkt vooral te worden bepaald door een perceptie van de prijs-kwaliteitverhouding, zowel voor wiet als voor hasj (zie tabel 8.6). Andere factoren, zoals de verwachte effecten of andere kenmerken

van de producten (smaak en geur), werden slechts door respectievelijk 23% en 18% van de respondenten als belangrijk beschouwd. Dit komt overeen met de bovengenoemde resultaten voor de reden van aankoop buiten de coffeeshop, waarbij met name de prijs en de prijs-kwaliteitverhouding worden genoemd.

Tabel 8.6 Gepercipieerd belang van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze

Wat speelt voor jou de belangrijkste rol bij je keuze voor de wiet/hasj die je koopt?	Onderzoeksgemeenten				Totaal steekproef			
	Wiet		Hasj		Wiet		Hasj	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Prijs-kwaliteitverhouding	562	58,73	279	55,36	938	56,24	464	52,73
Beoogde effecten	224	23,41	129	25,60	385	23,08	219	24,89
Smaak en geur	171	17,87	96	19,05	345	20,68	197	22,39
Totaal	957	100,00	504	100,00	1.668	100,00	880	100,00

De respondenten uit de onderzoeksgemeenten lijken tevreden over de gekochte cannabisproducten. Respectievelijk ongeveer 49% en 46% vond het gekochte cannabisproduct (wiet of hasj) 'zeer goed' in termen van prijs-kwaliteitverhouding, effecten (respectievelijk 55% voor wiet en 59% voor hasj) en geur/smaak (respectievelijk 45% en 47%) (zie tabel 8.7). Opvallend is het verschil met de resultaten van de enquête onder coffeeshopbezoekers (zie hoofdstuk 5). Daarin beoordelen respondenten de effecten

aanmerkelijk minder frequent als 'zeer goed' (respectievelijk 14% en 11% voor wiet en hasj) en aanmerkelijk vaker als 'goed' (respectievelijk 80% en 84%). Hetzelfde geldt voor de prijs-kwaliteitverhouding, die door een kleiner deel coffeeshopbezoekers als 'zeer goed' wordt beoordeeld (respectievelijk 9% en 8% voor wiet en hasj) en door een groter deel als 'goed' (respectievelijk 63% en 67%).

Tabel 8.7 Tevredenheid over cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze bij interventie- en controlegroepen, en binnen totale steekproef

	Wat vind je van de door jou beoogde effecten? (Percentage)		Wat vind je van prijs-kwaliteitverhouding? (Percentage)		Wat vind je van de smaak en de geur? (Percentage)	
	Wiet	Hasj	Wiet	Hasj	Wiet	Hasj
	Onderzoeksgemeenten					
Zeer goed	49,27	46,84	55,21	59,29	45,21	47,23
Goed	44,48	47,04	34,69	31,82	42,29	43,68
Niet goed / niet slecht	4,69	4,55	8,13	5,93	10,63	6,32
Slecht	1,04	0,40	1,15	1,38	1,46	1,19
Zeer slecht	0,21	0,20	0,52	0,20	0,21	0,40
Weet ik niet / nog niet gebruikt	0,31	0,80	0,31	1,38	0,21	1,19
	Totaal steekproef					
Zeer goed	51,76	49,72	56,48	59,34	48,18	49,26
Goed	42,03	43,49	33,31	31,48	39,82	41,11
Niet goed / niet slecht	4,48	4,98	8,06	6,46	9,79	6,80
Slecht	0,96	0,68	1,19	1,13	1,31	1,02
Zeer slecht	0,42	0,23	0,48	0,45	0,48	0,57
Weet ik niet / nog niet gebruikt	0,36	0,91	0,48	1,13	0,42	1,25

8.5. Aankoophoeveelheid

In de enquête werd ook gevraagd naar de hoeveelheid cannabis die bij de laatste aankoop is gekocht, per algemeen type product (wiet en hasj). Respondenten konden antwoorden met een heel getal tussen 1 en 100. Een belangrijk verschil met verkoop van cannabis in coffeeshops is dat daar slechts hoeveelheden van maximaal 5 gram mogelijk zijn. Voor grotere hoeveelheden kan

men dus alleen terecht op de illegale markt. De resultaten zijn vervolgens verdeeld in gewichtscategorieën van 5 gram. In 32% van de observaties kochten respondenten (uit de groep van de onderzoeksgemeenten) minder dan 5 gram (en in 62% werd minder dan 10 gram gekocht) (zie tabel 8.8). Gemiddeld over alle observaties in de onderzoeksgemeenten werd 13,0 gram wiet (SD=20,5) gekocht.

Tabel 8.8 Zelf gerapporteerd gewicht in gram wiet gekocht bij de laatste aankoop

Hoeveel gram wiet heb je naar schatting in totaal gekocht bij deze aankoop?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
0-4	303	32,13	506	31,14
5-9	283	30,01	455	28,00
10-14	146	15,48	271	16,68
15-19	42	4,45	62	3,82
20-24	57	6,04	97	5,97
25-29	15	1,59	34	2,09
30-34	19	2,01	33	2,03
35-39	1	0,11	5	0,31
40-44	4	0,42	19	1,17
45-49	0	0	1	0,06
50-54	33	3,50	58	3,57
55-59	0	0	0	0
60-64	1	0,11	3	0,18
65-69	0	0	0	0
70-74	0	0	1	0,06
75-79	1	0,11	2	0,12
80-84	3	0,32	3	0,18
85-89	0	0	1	0,06
90-94	0	0	0	0
95-100	35	3,71	74	4,55
Total	943	100	1.625	100

Hoewel de meeste aankopen van wiet minder dan 15 gram bedroegen, meldden sommige respondenten in de steekproef ook grotere hoeveelheden te hebben gekocht. Zo gaf ongeveer 15% aan bij hun laatste aankoop 15 tot 49 gram te hebben gekocht, en iets minder dan 8% van de deelnemers aan het onderzoek uit de onderzoeksgemeenten meldde bij hun laatste aankoop 50 gram of meer wiet te hebben gekocht.

Wat betreft de hoeveelheid hasj die bij de laatste aankoop is verkregen, komt een

enigszins vergelijkbaar beeld naar voren (zie tabel 8.9), in die zin dat de meeste aankopen relatief kleinere hoeveelheden lijken te betreffen, met minder observaties van aankopen van grotere hoeveelheden. In 38% van de observaties kochten respondenten (in de groep van de onderzoeksgemeenten) minder dan 5 gram hasj (en in 70% werd minder dan 10 gram gekocht). Ongeveer 9% gaf aan bij hun laatste aankoop 50 gram of meer hasj te hebben gekocht.

Tabel 8.9 Zelf gerapporteerd gewicht in grammen hasj gekocht (bij de laatste aankoop)

Hoeveel gram hasj heb je naar schatting in totaal gekocht bij deze aankoop?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
0-4	182	37,76	316	37,84
5-9	154	31,95	236	28,26
10-14	64	13,28	115	13,77
15-19	12	2,49	21	2,51
20-24	15	3,11	31	3,71
25-29	2	0,41	8	0,96
30-34	6	1,24	8	0,96
35-39	0	0	0	0
40-44	2	0,41	7	0,84
45-49	0	0	0	0
50-54	17	3,53	26	3,11
55-59	0	0	0	0
60-64	2	0,41	2	0,24
65-69	1	0,21	1	0,12
70-74	0	0	1	0,12
75-79	0	0	3	0,36
80-84	2	0,41	3	0,36
85-89	1	0,21	1	0,12
90-94	0	0	0	0
95-100	22	4,56	56	6,71
Totaal	482	100	835	100

Omdat het werkelijke gewicht van transacties vaak afwijkt van wat de dealer aangeeft en omdat gebruikers doorgaans moeite hebben het gewicht van hun cannabis aankoop in te schatten, is respondenten vervolgens gevraagd de hoeveelheid aan te duiden op basis van vijf

fotokaarten met verschillende hoeveelheden wiet en hasj (zie tabel 8.10 en 8.11).

Wanneer respondenten zelf het gewicht schatten, geven ze in 18% van de observaties voor wiet aan dat het een transactie van 20 gram of meer betreft. Wanneer hun wordt

gevraagd welke foto het meest overeenkomt met de hoeveelheid van de transactie, blijkt dat 42% van de observaties correspondeert met een foto van 20 gram of meer wiet. In 14,5% van de observaties voor hasj geven respondenten zelf aan dat de transactie meer dan 20 gram betrof. Dit komt redelijk overeen met de resultaten van de vraag met de foto's, aangezien 12,5% een foto aanwees die overeenkomt met 20 gram of meer. Bij kleine hoeveelheden gaven respondenten tweemaal zo vaak aan dat het een transactie van minder dan 5 gram betrof (32,1%) dan bij de vraag met de foto's (17,3%). Voor hasj was het verschil wederom kleiner: 37,8% van de transacties betrof een gewicht van minder dan 5 gram, in vergelijking met 30,2% van de observaties met de foto's.

Deze resultaten duiden op een aanzienlijke discrepantie tussen het zelf gerapporteerde gewicht en de inschatting op basis van foto's, met name voor wiet. Een mogelijke conclusie hieruit is enerzijds dat het zelf gerapporteerde gewicht zeer onbetrouwbaar is, bijvoorbeeld als gevolg van misleiding door een dealer, of anderzijds dat respondenten het zeer moeilijk vinden om het gewicht (van met name wiet) in te schatten op basis van een foto. Wij achten de tweede verklaring aannemelijk, gezien de verrassende distributie in met name tabel 8.10: 42% van de observaties duidt op een foto van 20 gram of meer. Bovendien zou het verschil tussen wiet en hasj de discrepantie kunnen verklaren, omdat het gewicht inschatten op basis van een foto extra lastig is voor wiet, vanwege het volume van de wiettoppen en de verschillen tussen verschillende soorten wiet.

Tabel 8.10 Verdeling van de gekochte hoeveelheid op basis van foto's (bij de laatste aankoop) – wiet

Kun je aangeven welke van de volgende figuren de gekochte hoeveelheid het dichtst benadert?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Minder dan 1	2	,21	4	,24
1	10	1,04	14	,84
Tussen 1 en 2	23	2,40	44	2,63
2	30	3,13	58	3,46
Tussen 2 en 5	101	10,52	167	9,97
5	66	6,88	109	6,51
Tussen 5 en 10	103	10,73	179	10,69
10	54	5,63	106	6,33
Tussen 10 en 20	171	17,81	280	16,72
20	148	15,42	242	14,45
Meer dan 20	252	26,25	472	28,18
Totaal	960	100	1.675	100

Tabel 8.11 Verdeling van de gekochte hoeveelheid op basis van foto's (bij de laatste aankoop) – hasj

Kun je aangeven welke van de volgende figuren de gekochte hoeveelheid het dichtst benadert?	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	Frequentie totaal	Percentage totaal
Minder dan 1	8	1,59	12	1,37
1	32	6,36	56	6,39
Tussen 1 en 2	23	4,57	41	4,68
2	40	7,95	64	7,30
Tussen 2 en 5	49	9,74	82	9,35
5	74	14,71	121	13,80
Tussen 5 en 10	72	14,31	127	14,48
10	45	8,95	77	8,78
Tussen 10 en 20	47	9,34	83	9,46
20	50	9,94	83	9,46
Meer dan 20	63	12,52	131	14,94
Totaal	503	100	877	100

Tabel 8.12 Gemiddelde prijs per gram voor wiet/hasj bij transacties van minder dan 50 gram en waarbij minder dan € 20 per gram is betaald, in de interventie- en controlegroep en in de totale steekproef

Type of product	Gemiddelde prijs onderzoeksgemeenten	SD onderzoeksgemeenten	Frequentie onderzoeksgemeenten	Percentage onderzoeksgemeenten	SD totaal	Frequentie totaal
Wiet	€ 6,89	2,33	865	6,86	2,38	1,466
Hasj	€ 6,42	2,27	427	6,41	2,35	723

8.6. Prijs van cannabis buiten de coffeeshop

De prijs was een ander aspect in onze enquête. In de vragenlijst vroegen we de respondenten aan te geven hoeveel ze hebben uitgegeven (in euro's) bij hun laatste aankoop van cannabis (wiet en/of hasj) buiten de coffeeshop. Met behulp van de open vraag over het aantal gekochte gram berekenden wij de gemiddelde prijs van wiet per gram voor de observaties met transacties van minder dan 50 gram wiet (dat wil zeggen, de meeste waarnemingen in onze steekproef) en die aangaven minder dan € 20 per gram te betalen (om eventuele outliers of ongeldige antwoorden uit te sluiten). Wij schatten de gemiddelde prijs op ongeveer € 7 per gram (zie tabel 8.12). Volgens dezelfde aanpak ligt de gemiddelde prijs van hasj per gram op ongeveer € 6 (voor degenen die aangaven minder dan 50 gram hasj te kopen en minder dan € 20 per gram te betalen).

Met behulp van een bivariate regressieanalyse vonden we verder dat een toename van het gewicht in grammen van het gekochte product statistisch significant samenhang met een afname van de betaalde prijs per gram (voor

zowel wiet als hasj). Voor respondenten die in de onderzoeksgemeenten minder dan € 20 euro per gram wiet betaalden, daalde de prijs per gram wiet met € 0,45 voor elke toename van 10 gram van het gekochte gewicht. Voor respondenten die in vergelijkingsgemeenten minder dan € 20 per gram hasj betaalden, daalde de prijs per gram hasj met € 0,43 voor elke toename van 10 gram van het gekochte gewicht. Beide verbanden waren significant tot op 95% betrouwbaarheidsniveau.

Om dit verband verder te onderzoeken, werd de gemiddelde prijs van wiet/hasj geschat voor alle gewichtscategorieën (zie tabel 8.13). We zien dat de prijs per gram daalt wanneer respondenten een hoger gewicht aan wiet en hasj kopen. Zo bedraagt de gemiddelde prijs per gram wiet voor respondenten uit de vergelijkingsgemeenten die minder dan 5 gram kopen € 7,57; degenen die meer dan 50 gram wiet kopen, betalen € 4,32 per gram. Voor hasj is het verschil nog groter. De gemiddelde prijs per gram hasj voor degenen die minder dan 5 gram kopen is € 6,90, terwijl degenen die meer dan 50 gram hasj kopen iets meer dan € 3 per gram betalen.

Tabel 8.13 Gemiddelde prijs per gram wiet/hasj per gewichtscategorie voor respondenten die minder dan € 20 per gram wiet/hasj betaalden

	Onderzoeksgemeenten				Totaal steekproef			
	Wiet		Hasj		Wiet		Hasj	
Prijs per gram (euro's)	Gemiddeld (SD)*	Aantal observaties	Gemiddeld (SD)	Aantal observaties	Gemiddeld (SD)	Aantal observaties	Gemiddeld (SD)	Aantal observaties
Tot en met 5 gram gekocht	7,57 (2,28)	525	6,90 (2,28)	305	7,59 (2,20)	844	6,91 (2,31)	504
Meer dan 5 gram, tot en met 10 gram gekocht	6,25 (1,72)	192	5,71 (1,65)	80	6,25 (2,07)	357	5,73 (1,85)	138
Meer dan 10 gram, tot en met 50 gram gekocht	5,13 (2,26)	181	4,17 (1,58)	59	5,23 (2,37)	322	4,42 (1,98)	107
Meer dan 50 gram gekocht	4,32 (1,52)	38	3,45 (1,39)	27	3,81 (1,82)	81	3,16 (1,56)	65

* Standaarddeviatie (SD) tussen haakjes.

9 Resumerend

In dit rapport is verslag gedaan van de resultaten van de voormeting van het onderzoek naar het aanstaande Experiment Gesloten Coffeeshopketen. Deze voormeting is onderdeel van een longitudinale studie (uitgevoerd door Breuer&Intraval, RAND Europe en Trimbos-instituut in opdracht van het WODC) die – naast deze voormeting – bestaat uit een nulmeting (voorafgaand aan de start van het experiment) en vier vervolgmetingen (minimaal drie maanden na de start van het experiment en elk daaropvolgend jaar).

De voormeting heeft als doel het landschap te schetsen waarin het experiment als interventie zal plaatsvinden. Wat is de stand van zaken met betrekking tot cannabis en coffeeshops in de onderzoeksgemeenten? Hoe verhouden de resultaten zich tot wat we al weten uit eerder onderzoek? En betekent dat al iets voor het Experiment Gesloten Coffeeshopketen? In dit hoofdstuk proberen we deze vragen te beantwoorden voor alle voor het experiment van belang zijnde aspecten.

9.1. Coffeeshops en beleid

- Welk coffeeshopbeleid voeren de onderzoeksgemeenten ten aanzien van coffeeshops?
- Welke onderzoeksgemeenten hanteren het ingezetenen criterium (I-criterium) en hoe wordt dit gehandhaafd?

We constateren dat de 19 onderzoeksgemeenten die zijn meegenomen in de voormeting, wat betreft het door hun gevoerde coffeeshopbeleid een goede afspiegeling zijn van de ruim 100 Nederlandse gemeenten met coffeeshops. De meeste gemeenten hanteren namelijk een maximumbeleid en hebben een afstandscriterium tot scholen vastgesteld. Dit is ook het geval voor de 19 onderzoeksgemeenten. Ook hebben deze onderzoeksgemeenten, net als de meeste andere coffeeshopgemeenten, de handhaving van het A- (geen affichering), H- (geen harddrugs), O- (geen overlast), J- (geen jeugdigen) en G-criterium (geen grote hoeveelheden) en de Maximale handelshoeveelheid in het beleid opgenomen.

Alleen het ingezetenen criterium (I-criterium) staat niet bij alle Nederlandse gemeenten met coffeeshops in het beleid. Bij 76 van alle 102 coffeeshopgemeenten in Nederland is dit wel het geval. Dit wil echter niet zeggen dat zij dit ook actief handhaven. Nederlandse coffeeshopgemeenten gaan namelijk verschillend om met de handhaving van het I-criterium. In het kader van lokaal maatwerk kunnen gemeenten in de lokale driehoek afstemmen of al dan niet actief op dit criterium wordt gehandhaafd. Het aantal gemeenten dat het I-criterium daadwerkelijk handhaaft, bedraagt 35 van de 102; dus ruim een derde.

Ook hier zijn de onderzoeksgemeenten een goede afspiegeling van alle Nederlandse coffeeshopgemeenten. Het aantal deelnemende gemeenten dat het I-criterium niet handhaaft, bedraagt namelijk 14, waarbij 5 ervan het criterium met lage of hoge prioriteit handhaven. Ook hier gaat het om ruim een derde. We merken hierbij wel op dat de interventiegemeenten met een grenslijging het I-criterium bij de start van het experiment in het beleid moeten hebben staan (als dat nu nog niet het geval is) en dit ook actief moeten gaan handhaven.

9.2. Aanbod van coffeeshops

- Hoe ziet het aanbod van cannabis eruit in de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
- Hoe ervaren klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten het aanbod (prijs, kwaliteit, variëteit) van cannabis in coffeeshops?

Het onderzoek laat zien dat er gemiddeld meer wiet dan hasj op de menukaarten van de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten staat. Dit is in lijn met data uit de Leefstijlmonitor (zie Nationale Drug Monitor), die landelijk wordt verricht, waaruit blijkt dat een meerderheid van de consumenten wiet boven hasj prefereert. Het lijkt logisch dat coffeeshops, vanwege de hogere vraag, meer wiet- dan hasjsorten aanbieden. Het ligt dus in de lijn der verwachting dat het 'nieuwe' (gereguleerde) aanbod, dat in de experimenteerfase in de coffeeshops in de interventiegemeenten zal worden verkocht, ook meer wiet- dan hasjsorten zal kennen.

In de voormeting verschilde de prijs per gram niet tussen wiet- en hasjsorten. Wel blijkt de prijs per gram nederwiet lager is dan die van wiet geïmporteerd uit de Verenigde Staten. De

prijs van nederwiet is wel hoger dan die van andere buitenlandse wietsoorten en buiten gekweekte wiet. Al deze bevindingen zijn in lijn met de gegevens uit de THC-monitor, die landelijk wordt uitgevoerd (Oomen & Rigter, 2022). Dit suggereert dat de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten qua aanbod en prijs een goede afspiegeling zijn van alle Nederlandse coffeeshops.

De prijs per gram voor de meest populaire wietsoorten blijkt redelijk stabiel te zijn als we de resultaten van de voormeting vergelijken met die van een menukaartenanalyse uit 2018 (Rigter & Niesink, 2018). Deze vergelijking is mogelijk, omdat de veelvoorkomende wietsoorten uit de menukaarten ook nu weer veelvuldig zijn aangetroffen. De gemiddelde prijs ligt zo tussen de € 9 en € 12, zowel in het onderzoek uit 2018 als in deze voormeting. Wel zien we in de langjarige trends uit de THC-monitor (Oomen & Rigter, 2022) sinds ongeveer 2007 een duidelijke prijsstijging van nederwiet en nederhasj. Naast inflatie van prijzen zijn zeker in recente jaren ook meer exclusieve en dus duurdere soorten op de menu's terechtgekomen. Voorts wordt bij de THC-monitor de prijs van de populairste en sterkste nederwiet gemeten – veranderende voorkeuren van consumenten zouden dus ook hun weerslag op de gevonden prijzen kunnen hebben. De prijsstijging is minder sterk of afwezig bij geïmporteerde cannabisproducten.

De meeste (95,5%) coffeeshops in de onderzoeksgemeenten verkopen voorgedraaide joints *met* tabak. Aanmerkelijk minder coffeeshops (30%) bieden voorgedraaide joints *zonder* tabak aan. Deze bevindingen zijn wederom in lijn met die uit eerder onderzoek, waaruit blijkt dat de meeste Nederlandse cannabisconsumenten joints met tabak gebruiken. De meest waarschijnlijke verklaring hiervoor is prijs: joints zonder tabak zijn aanmerkelijk duurder, omdat er meer cannabis in zit. De prijs en/of de kwaliteit

is voor cannabisconsumenten doorgaans de belangrijkste reden om een bepaald cannabisproduct aan te schaffen, zo laat ook onze enquête onder coffeeshopbezoekers zien.

Als we de resultaten van de menukaartanalyse vergelijken met die van de bezoekersenquête, dan valt op dat de meest voorkomende wiet- en hasjsorten op de menukaarten goed overeenkomen met de meest aangekochte soorten in de enquête. Dit is enerzijds te verklaren doordat soorten die vaker op de menukaart staan ook meer kans hebben om aangekocht te worden. Anderzijds is populariteit waarschijnlijk de reden dat deze soorten vaker op de menukaart staan; ze vallen in de smaak bij de consument.

Opmerkelijk is dat de meest verkochte wiet- en hasjsorten, zoals die worden gerapporteerd door de coffeeshops zelf, in mindere mate overeenkomen met de wiet- en hasjsorten die het meest op de menukaarten voorkomen. Dit komt waarschijnlijk doordat coffeeshops soms specialiseren in bepaalde producten, maar ook omdat populaire cannabissoorten door coffeeshops soms met een unieke, speciale naam worden aangeduid. Hierdoor komen ze verder niet of nauwelijks voor in de database. De verklaring dat de coffeeshopexploitanten of bedrijfsleiders niet goed zouden weten wat voor soorten het meest worden verkocht, lijkt ons niet plausibel, aangezien zij zich op dagelijkse basis met de bedrijfsvoering bezighouden.

Klanten van coffeeshops waren op het moment dat wij ze spraken tevreden met de prijs-kwaliteitverhouding van de cannabis die zij hadden gekocht en met het assortiment van de coffeeshop. Uit ons onderzoek blijkt dat de cannabis volgens gebruikers van hoge kwaliteit is, dat het product het door hen gewenste effect oplevert en dat zij de constante kwaliteit, sterkte en hoeveelheid waarderen. Het omgekeerde (lage en/of wisselende kwaliteit, sterkte en hoeveelheid)

is voor respondenten trouwens een reden om juist ontevreden te zijn. Als klanten niet tevreden zijn over het aanbod, is het gebrek aan variatie daar doorgaans de reden van. Om klanten van coffeeshops tevreden te houden, lijkt het dan ook van belang dat er binnen het gereguleerde aanbod voldoende te kiezen valt voor de cannabisconsument.

9.3. Bezoek aan coffeeshops

- Hoeveel bezoekers trekken de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
- Hoeveel cannabis kopen klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?

Naar schatting krijgen de coffeeshops in de deelnemende gemeenten, uitgaande van een openingstijd van tien uren per dag, gemiddeld zo rond de 650 bezoeken per dag te verwerken. Een zeer ruwe extrapolatie leert ons dat dit neerkomt op $(650 \cdot 7 \cdot 52 =)$ 236.600 bezoeken per jaar. We merken nogmaals op dat dit een zeer grove schatting betreft. Desondanks is de inschatting van het bezoekersaantal van ruim 200.000 per jaar passend voor een groot deel van de deelnemende gemeenten. Dit soort aantallen komen we veelvuldig tegen in onderzoek naar coffeeshops in grotere centrum- en grensgemeenten. De schatting is naar verwachting stukken minder representatief voor de kleinere gemeenten met minder coffeeshops, waar de bezoekersaantallen waarschijnlijk een stuk lager liggen.

Gemiddeld kochten de door ons bevroegde coffeeshopbezoekers voor € 19 aan cannabisproducten per bezoek aan de shop. Volgens de respondenten zelf ging het gemiddeld om zo'n 2 gram. Dit wetende kan – wederom met een grote mate van

onzekerheid – worden beredeneerd dat in één coffeeshop per dag ($650 \times 19 =$) € 12.350 uitgegeven wordt aan zo'n ($650 \times 2 =$) 1.300 gram cannabis. Dit laatste is een interessante bevinding met het oog op de maximale handelsvoorraad van 500 gram die coffeeshops mogen hebben. De coffeeshops in de interventiegemeenten mogen in de experimenteerfase een weekvoorraad hebben. Dit zou, gezien deze inschatting, drukbezochte coffeeshops uitkomst kunnen bieden.

9.4. Klanten van coffeeshops en hun cannabisgebruik

- Hoe zijn de klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten te typeren?
- Hoeveel cannabis gebruiken klanten van coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?

Op basis van ons onderzoek kan een typering worden gemaakt van klanten van coffeeshops die aan ons onderzoek hebben meegedaan. We merken op voorhand op dat de door ons bevroegde klanten mogelijk niet representatief zijn voor coffeeshopbezoekers en/of cannabisgebruikers in het algemeen. Zij die vaak naar de coffeeshop gaan, hebben een grotere kans om uitgenodigd te worden voor deelname aan de enquête dan minder frequente bezoekers. Niettemin laat figuur 5.4 in paragraaf 5.3 een redelijke spreiding zien van aankoopfrequenties, althans in de coffeeshop waar zij zojuist hun cannabis hadden gekocht en zijn geïnterviewd. Dat zegt dus niks over hoe vaak zij in het algemeen cannabis kopen. Bijna een kwart van de respondenten (24%) koopt dagelijks of bijna dagelijks (4-5 dagen per week) hasj/wiet in de betreffende coffeeshop; 46% doet dit wekelijks (1 of 2-3 keer per week) en 30% koopt maandelijks

(1 of 2-3 keer per maand) in de coffeeshop waar zij voor het laatst hun cannabis hadden gekocht. Qua leeftijd en geslacht zijn er geen verschillen tussen deze groepen. In komende monitormetingen kan nader worden onderzocht of deze respondenten verschillen op andere kenmerken of koopgedrag.

Voor een aantal kenmerken kunnen toch voorzichtig vergelijkingen worden gemaakt. Zo blijkt de gemiddelde leeftijd van de respondenten (32 jaar) overeen te komen met die onder de cannabisgebruikers in de algemene bevolking (eveneens 32 jaar) en ook niet veel te verschillen van de gemiddelde leeftijd van 1.075 coffeeshopbezoekers uit wat ouder onderzoek in 2012-2013 in 14 gemeenten (gemiddeld tussen 29 en 32 jaar, afhankelijk van meetmoment en onderzoeksgroep) (Gezondheidsenquête/Leefstijlmonitor 2021; Van Ooyen-Houben et al., 2014).

De gerapporteerde grote voorkeur voor wiet is eveneens in overeenstemming met de resultaten uit ander onderzoek, al kunnen slechts voorzichtige conclusies getrokken worden vanwege verschillen in methode en populatie. Bijna driekwart (74%) van de coffeeshopbezoekers gaf aan in de afgelopen 30 dagen alleen of meestal wiet te hebben gebruikt, versus 18% alleen of meestal hasj; 8% gebruikte ongeveer even vaak hasj als wiet. Ter vergelijking, onder de cannabisgebruikers in de algemene bevolking in 2021 gaf ongeveer 60% van de laatste-jaar- en laatste-maand-gebruikers aan meestal wiet te gebruiken, rond een kwart gebruikte meestal hasj, en een op de zeven gaf aan beide even vaak te gebruiken (Gezondheidsenquête/Leefstijlmonitor 2021). Mogelijk zijn de verschillen (deels) toe te schrijven aan het relatief grote aandeel frequente gebruikers in het huidige onderzoek, die vaker een voorkeur voor wiet hebben (Van Laar et al., 2013).

9.5. Overlast en illegale markt

- In hoeverre is er sprake van cannabisgerelateerde overlast in de onderzoeksgemeenten?

Vrijwel alle onderzoeken die in de afgelopen jaren zijn verricht op het gebied van overlast in de directe omgeving van coffeeshops, laten zien dat er sprake is van een stabiele situatie met relatief weinig overlast voor direct omwonenden en omwerkenden. Het beeld dat uit ons onderzoek naar voren komt, is hier sterk mee in overeenstemming. Over het algemeen zijn mensen die in de directe omgeving van een coffeeshop wonen in de onderzoeksgemeenten tevreden over de buurt en voelen zij zich veilig. Als er overlast is, dan is dat vooral van de verkeers- en parkeersituatie. In mindere mate is er overlast van geluid en rondhangende personen, maar deze laatste voorvallen worden vaker niet dan wel aan de coffeeshop en zijn bezoekers gerelateerd.

Het beeld dat op basis van de politieregistraties ontstaat, komt overeen met bovenstaande. We zien dat het aantal incidenten en misdrijven in verband met het bezit van, de handel in en het vervaardigen van zowel soft- als harddrugs betrekkelijk laag ligt en dat er bovendien vrijwel geen patronen over de tijd of verschillen tussen de onderzoeksgemeenten en de andere Nederlandse gemeenten zijn. In onderzoeksgemeenten staan wel gemiddeld meer overlastincidenten geregistreerd in verband met alcohol en/of drugs dan in de andere Nederlandse gemeenten, hetgeen ongetwijfeld verband houdt met het feit dat alle onderzoeksgemeenten een centrumfunctie in hun regio vervullen. Omdat dit voor de meeste coffeeshopgemeenten in Nederland geldt, zien we hier geen problemen voor de vergelijkbaarheid in de toekomstige metingen. Al met al lijkt het erop dat de situatie aan

de 'voordeur' van de coffeeshops stabiel en beheersbaar is. De tijd zal leren of de introductie van het experiment, dat vooral ingrijpt op de situatie aan de 'achterdeur' van de coffeeshop, ook effect heeft op de voordeur.

- Wat zijn de voornaamste redenen voor cannabisgebruikers om wiet of hasj op de niet-gedoogde (illegale) markt te kopen?
- In welke transactievolumes en voor welke prijs wordt cannabis op de niet-gedoogde markt aangeschaft en hoe verhoudt dit zich tot transacties in de coffeeshops?
- Hoe ervaren cannabisconsumenten het aanbod (prijs-kwaliteitverhouding en effecten) van cannabis op de illegale markt van de onderzochte gemeenten?

Aan de hand van een online enquête op basis van crowdsourcing kunnen we voorzichtig uitspraken doen over aankopen op de illegale markt voor cannabis. Voor kopers van softdrugs op de illegale markt lijkt, net als voor kopers op de gedoogde markt, vooral een goede prijs en/of prijs-kwaliteitverhouding van belang om tot aankoop over te gaan. De gemiddelde prijs voor wiet op de illegale markt wordt geschat op ongeveer € 7 per gram en die van hasj op circa € 6 per gram. Dat cannabis op de illegale markt voor een aantrekkelijke prijs kan worden aangeboden, komt deels doordat het in grotere volumes kan worden verkocht dan in coffeeshops. We zien namelijk dat de prijs per gram daalt wanneer respondenten een hoger gewicht aan wiet en hasj kopen. Zo werd er gemiddeld per transactie 13 gram wiet gekocht, terwijl in een coffeeshop maximaal 5 gram kan worden aangeschaft.

Dat dit de voornaamste drijfveer blijkt te zijn om cannabis buiten een coffeeshop te kopen, geeft stof tot nadenken met het

experiment in het verschiet. De prijs van het gereguleerde aanbod kan in dat geval voor de cannabisconsument mogelijk doorslaggevend zijn bij de keuze tussen de gereguleerde of de illegale markt. In de overgrote meerderheid van de observaties vonden de respondenten het door hen gekochte cannabisproduct op de illegale markt namelijk 'goed' of 'zeer goed' wat betreft prijs-kwaliteitverhouding, effecten en geur/smaak.

Ook zijn er aanwijzingen dat verkopers van cannabis op de illegale markt relatief 'flexibel' en 'mobiel' zijn. Na factoren gerelateerd aan de prijs worden namelijk de mogelijkheid om 'grotere hoeveelheden aan te kunnen schaffen' (dan in de coffeeshop) en 'de snelle bezorgservice' als voornaamste redenen opgegeven om cannabis buiten de coffeeshop te kopen. Op de illegale markt wordt naar schatting zo tussen de 5 en 10 gram per transactie aangekocht en de meest voorkomende wijze van aankoop van cannabis buiten coffeeshops is via een bezorgdienst of een mobiele telefoondealer. Voor coffeeshops zal het ook in de toekomst moeilijk blijven om met de illegale markt te concurreren als het gaat om consumenten die een dergelijke bezorgservice aantrekkelijk vinden. Dit omdat het coffeeshops, zowel binnen als buiten het experiment, voorlopig niet wordt toegestaan te gaan bezorgen.

9.6. Volksgezondheid

- In hoeverre is sprake van problematisch cannabisgebruik onder bezoekers van de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten?
- Hoe vaak hebben bezoekers van de coffeeshops in de onderzoeksgemeenten gezondheidsincidenten ervaren in het afgelopen jaar?

Een hoog percentage respondenten (65%) scoort positief op een screener voor riskant cannabisgebruik (Cannabis Abuse Screening Test (CAST), Legleye et al. 2007). Vermoedelijk hangt dit samen met de relatief hoge frequentie van gebruik. Voor een vergelijking met gegevens uit representatief bevolkingsonderzoek, zijn de CAST-gegevens in het huidige onderzoek op eenzelfde wijze geanalyseerd als voor de LSM-A Midden/Leefstijlmonitor (2020).

In deze analyse is een afkapwaarde van 2 gebruikt als indicator voor riskant cannabisgebruik, en is apart gekeken naar (bijna-)dagelijks-gebruikers en niet-(bijna-)dagelijks-gebruikers, onder degenen die in de laatste maand hebben gebruikt. Deze vergelijking laat zien dat het aandeel respondenten met een positieve CAST-score onder de (bijna-)dagelijks-gebruikers in de huidige steekproef van coffeeshopbezoekers niet veel hoger ligt dan onder de vergelijkbare frequentiegroep in de LSM-A (68,5% versus 63,1%). Bovendien is het gemiddelde aantal joints per blowdag gelijk (3,4 joints). Een vergelijking tussen niet-(bijna-)dagelijks-gebruikers laat grotere verschillen zien, vermoedelijk vanwege de hogere gebruiksfrequentie onder de steekproef coffeeshopbezoekers. In de huidige steekproef heeft 41,3% van de niet-(bijna-)dagelijks-cannabisgebruikers een CAST-score groter dan 2 en in de LSM-steekproef is dat 19,4%. Het gemiddelde aantal joints per blowdag is respectievelijk 1,9 en 1,3.

Verder valt op dat een relatief hoog percentage coffeeshopbezoekers (bijna een kwart) aangeeft cannabis altijd of meestal voor medicinale doeleinden te gebruiken. Dat lijkt hoger te zijn dan cijfers van de LSM-A Midden/Leefstijlmonitor uit 2018 suggereren. In deze peiling had 5,8% van de laatste-jaar-gebruikers cannabis alléén als medicijn gebruikt (zelden op doktersrecept)

en 10,7% gebruikte cannabis als medicijn én als recreatief middel (Van Laar et al., 2020). Ook dit zou kunnen samenhangen met het relatief hoge aandeel (bijna-)dagelijks-cannabisgebruikers in de steekproef. Aanvullende analyses van LSM-A-gegevens suggereren inderdaad dat het medicinaal gebruik hoger is onder (bijna-)dagelijks-gebruikers dan onder niet-(bijna-)dagelijks-gebruikers. Het Trimbos-instituut is recentelijk een onderzoek gestart naar het gebruik van cannabis als medicijn, die niet op recept maar buiten de zorg (bijvoorbeeld via de coffeeshop of zelf kweken) is verkregen.⁶³

Wat betreft gezondheidsincidenten, blijkt uit ons onderzoek dat het gebruik van cannabis doorgaans zonder incidenten verloopt. De meeste cannabisgebruikers die wij in de coffeeshop hebben gesproken, hadden geen incident meegemaakt. Een klein deel (8%) van de ondervraagde respondenten wel. Het gaat meestal om misselijkheid en/of overgeven of het verliezen van het bewustzijn ('out' gaan). Soms betreft het heftigere voorvallen, zoals een angst- of paniekaanval. Bij een heel klein deel van de respondenten ging het daadwerkelijk om een ongeval of ongeluk als gevolg van cannabisgebruik. Bij laatstgenoemde was relatief gezien het vaakst sprake van ander middelengebruik (alcohol of andere drugs).

Referenties

Hoofdstuk 1

Aydelotte J.D., Brown L.H., Luftman K.M. et al. (2017). Crash fatality rates after recreational marijuana legalization in Washington and Colorado. *Am J Public Health*, 107:1329-31.

Adviescommissie experiment gesloten cannabisketen (2018). Een experiment met een gesloten cannabisketen. Den Haag.

Adviescommissie experiment gesloten cannabisketen (2019). Nominatie van gemeenten voor deelname aan het experiment met een gesloten cannabisketen.

Bestuurlijke werkgroep modernisering cannabisbeleid (2015). Het failliet van het gedogen. Op weg naar de cannabiswet. VNG, Den Haag.

Chiu, V., Leung, J., Hall, W., Stjepanović, D. & Degenhardt, L. (2021). Public health impacts to date of the legalisation of medical and recreational cannabis use in the USA. *Neuropharmacology*, 193(1) doi: 10.1016/j.neuropharm.2021.108610.

Chung C., Salottolo K., Tanner A., et al. (2019). The impact of recreational marijuana commercialization on traumatic injury. *Inj Epidemiol*, 6:3.

Hall, W., Stjepanović, D., Caulkins, J., Lynskey, M., Leung, J., Campbell, G. & Degenhardt, L. (2019). Public health implications of legalising the production and sale of cannabis for medicinal and recreational use. *The Lancet* 2019; 394: 1580–90

Kuipers, E. & Yesilgöz-Zegerius, D. (2023). Kamerbrief aanloopfase en eventuele deelname Amsterdam aan het Experiment gesloten coffeeshopketen. 30 maart 2023

Ministerie van Justitie en Veiligheid & Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2019). Spelregels experiment gesloten coffeeshopketen. Den Haag.

Ministerie van VWS, Ministerie van Justitie & Ministerie van Binnenlandse Zaken (1995). Het Nederlandse drugsbeleid. Continuïteit en verandering, Rijswijk.

Pardo, B. Kilmer, B. & Liccardo Pacula, R. (2020). Monitoring and evaluating changes in cannabis policies: insights from the Americas. RAND Drug Policy Research Center. EMCDDA Technical report, 2020, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Policies for regulating cannabis supply in Europe and the US: the need for appropriate monitoring and evaluation | Lisbon Addictions 2022. Geraadpleegd op 19 april 2023 via: <https://www.lisbonaddictions.eu/lisbon-addictions-2022/sessions/policies-regulating-cannabis-supply-europe-and-us-need-appropriate-monitoring-and>

Regeerakkoord (2017). Vertrouwen in de toekomst. Regeerakkoord VVD, D66, CDA en ChristenUnie. Den Haag.

Regeerakkoord (2021). Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst. Regeerakkoord VVD, D66, CDA en ChristenUnie. Den Haag.

RIVM. Geraadpleegd op: 19 april 2023:
<https://www.rivm.nl/gedragsonderzoek/tijdljn-van-coronamaatregelen-2021>

RIVM. Geraadpleegd op 19 april 2023 via:
<https://www.rivm.nl/gedragsonderzoek/tijdljn-maatregelen-covid-2022>

Sevigny E.L. (2018) The effects of medical marijuana laws on cannabis-involved driving. *Accid Anal Prev*, 118:57-65.

Tweede Kamer (2015). Drugsbeleid. Vergaderjaar 2014-2015, 34 165, nr. 2.

Tweede Kamer (2023) Conceptverslag Drugsbeleid, 22 februari 2023. 2023D08063. Geraadpleegd op 19 april 2023 via:
<https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/commissieverslagen/detail?id=2023D08063&did=2023D08063>

Van Ark, T. & Grapperhaus, F. (2021). Stand van zaken Experiment Gesloten Coffeeshopketen [Kamerbrief].

Van Rijn, M. & Grapperhaus, F. (2020). Voortgang Experiment Gesloten Coffeeshopketen [Kamerbrief].

Hoofdstuk 2

Adviescommissie experiment gesloten cannabisketen (2019). Nominatie van gemeenten voor deelname aan het experiment met een gesloten cannabisketen.

Asgari, S. & Nunes, M.B. (2011). Experimental and quasi-experimental research in information systems. IADIS International Workshop on Information Systems Research Trends, Approaches and Methodologies.

Carlson, D. (2011). Trends and innovations in public policy analysis. *Policy Studies Journal* 39: 13-26.

Duflo, E. & Kremer, M. (2005). Use of randomization in the evaluation of development effectiveness. In: Pitman, G., Feinstein, O.,

Ingram, G. (eds.) Evaluating Development Effectiveness. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 205-31.

Ettelt, S., Mays, N. & Allen, P. Policy experiments: Investigating effectiveness or confirming direction?. *Evaluation* 21.3 (2015): 292-307.

Grant, A.M. & Wall, T.D. (2008). The neglected science and Art of Quasi-Experimentation why-to, when-to, and how- to advice for organizational researchers. *Organizational Research Methods*, 12 (4), 653-686.

Handley M.A., Lyles, C.R., McCulloch, C. & Cattamanchi, A. (2018). Selecting and improving quasi-experimental designs in effectiveness and implementation research. *Annual Reviews*, 5: 5-25.

Mennes, R., Pieper, R., Schoonbeek, I. & Bieleman, B. (2021). Coffeeshops in Nederland: Aantallen coffeeshops en gemeentelijk beleid 1999-2020. Den Haag, WODC, Ministerie van Justitie en Veiligheid.

Mennes, R., Schoonbeek, I., Pieper, R., & Bieleman, B. (2020). Monitor ontwikkelingen coffeeshopbeleid: Meting 2018. Den Haag, WODC, Ministerie van Justitie en Veiligheid.

Pearce, W. & Raman, S. (2014). The new randomised controlled trials (RCT) movement in public policy: challenges of epistemic governance. *Policy sciences* 47(4): 387-402.

Hoofdstuk 3

Anderson, D.M., Hansen, B., & Rees, D.I. (2013). Medical marijuana laws, traffic fatalities, and alcohol consumption. *Journal of Law and Economics*, 56, 333-368.

Ben Lakhdar, C. (2009). The determinants of cannabis pricing: between credence, brand name, and users' individual characteristics. *Proceedings of the 3rd annual ISSDP Conference* (pp.1-19). UNODC: Wenen.

- Ben Lakhdar, C., Vaillant, N.G., & Wolff, F.C. (2016). Price elasticity of demand for cannabis: does potency matter? *Addiction Research & Theory*, 24(4), 300-312.
- Boucher, A., Lawrence, A., & Maslov, A. (2013). The price of marijuana in Canada: Preliminary discussion of using price data for operational and policy purposes. Ottawa, ON: Public Safety Canada.
- Caulkins, J.P. & Brittany M. Bond (2012). Marijuana price gradients: Implications for exports and export-generated tax revenue for California after legalization. *Journal of Drug Issues* 42(1): 28-45.
- Cole, J.C., Goudie, A.J., Field, M., Loverseed, A.C., Charlton, S., & Sumnall, H.R. (2008). The effects of perceived quality on the behavioural economics of alcohol, amphetamine, cannabis, cocaine, and ecstasy purchases. *Drug and Alcohol Dependence*, 94(1), 183-190.
- Dasgupta, N., Freifeld, C., Brownstein, J.S., Menone, C.M., Surratt, H.L., Poppish, L. & Dart, R.C. (2013). Crowdsourcing black market prices for prescription opioids. *Journal of Medical Internet Research*, 15(8), e178.
- Davis, A.J., Geisler, K.R., & Nichols, M.W. (2016). The price elasticity of marijuana demand: Evidence from crowd-sourced transaction data. *Empirical Economics*, 50, 1171-1192
- Giommoni, Luca, & R.V. Gundur. (2018). An analysis of the United Kingdom's cannabis market using crowdsourced data. *Global Crime* 19(2): 85-106.
- Goudie, A.J., Sumnall, H.R., Field, M., Clayton, H., & Cole, J.C. (2007). The effects of price and perceived quality on the behavioural economics of alcohol, amphetamine, cannabis, cocaine, and ecstasy purchases. *Drug and Alcohol Dependence*, 89(2), 107-115.
- Office of the Parliamentary Budget Officer (2016). Legalized Cannabis: Fiscal Considerations. Geraadpleegd op 19 april 2023 via: https://www.pbo-dpb.gc.ca/en/blog/news/Legalized_Cannabis
- Oomen, P. & Rigter, S. (2022). THC-concentraties in wiet, nederwiet en hasj in Nederlandse coffeeshops. Trimbos-instituut, Utrecht.
- Ouellet, M.L., Macdonald, M., Bouchard, M., Morselli, C. & Frank, R. (2017). The price of cannabis in Canada. Public Safety Canada= Sécurité publique Canada.
- Van der Pol, P., Liebrechts, N., de Graaf, R., Korf, D.J., van den Brink, W. & van Laar, M. (2013). Validation of self-reported cannabis dose and potency: an ecological study. *Addiction*, 108(10). doi: 10.1111/add.12226
- Van Laar, M., Frijns T., Trautmann, F. & Lombi, L. (2013). Sizing the cannabis market: a demand-side and user-specific approach in seven European countries. *Current Drug Abuse Reviews*, 6(2):152-64. doi: 10.2174/1874473706666131205152835
- Sifaneck, S.J., Ream, G.L., Johnson, B.D. & Dunlap, E. (2007). Retail marijuana purchases in designer and commercial markets in New York City: Sales units, weights, and prices per gram. *Drug and Alcohol Dependence*, 90, S40-S51.
- Thies, C.F. (2012). The Relationship Between Enforcement and the Price of Marijuana. *Journal of Private Enterprise* 28(1).

Hoofdstuk 4

Rigter, S. & Niesink, R. (2018). Analyse van het aanbod van hasjsoorten en wietvariëteiten in de Nederlandse coffeeshop. Trimbos-instituut, Utrecht.

Hoofdstuk 5

CBS Statline (2022). Gezondheid en zorggebruik. Geraadpleegd op 27 september 2022 via:

<https://opendata.cbs.nl/statline/?dl=64763#/CBS/nl/dataset/83005NED/table>

Legleye, S., Karila, L., Beck, F., & Reynaud, M. (2007). Validation of the CAST, a general population Cannabis Abuse Screening Test. *Journal of Substance Use*, 12(4), 233-24.

Legleye, S. (2018). The Cannabis Abuse Screening Test and the DSM-5 in the general population: Optimal thresholds and underlying common structure using multiple factor analysis. *International Journal of Methods in Psychiatric Research*, 27(2), e1597.

Hoofdstuk 9

Nationale Drug Monitor, 2022. Geraadpleegd op 24 februari 2023 via:

<https://www.nationaledrugmonitor.nl/cannabis-gebruikspatronen-en-wijze-van-verkrijgen/>

Nationale Drug Monitor. Leefstijlmonitor Aanvullend (2022). Geraadpleegd op 24 februari 2023 via:

<https://www.nationaledrugmonitor.nl/bijlagen-leefstijlmonitor-aanvullend-lsm-a/>

Oomen, P. & Rigter, S. (2022). THC-concentraties in wiet, nederwiet en hasj in Nederlandse coffeeshops. Trimbos-instituut, Utrecht.

Rigter, S. & Niesink, R. (2018). Analyse van het aanbod van hasjsoorten en wietvariëteiten in de Nederlandse coffeeshop. Trimbos-instituut, Utrecht.

Trimbos-instituut. Geraadpleegd op 19 april 2023 via:

<https://www.trimbos.nl/actueel/nieuws/cannabis-als-medicijn-het-medusa-onderzoek/>

Van Laar, M., Frijns, T., Trautmann, F. & Lombi, L. (2013). Cannabis market: User types, availability and consumption estimates. In: Trautmann, F., Kilmer B., Turnbull P. (editors). Further insights into aspects of the EU illicit drugs market. Luxembourg: Publications Office of the European Union. pp: 73-182.

Van Laar, M., van Gestel, B., Cruts, A.A.N., van der Pol, P.M., Ketelaars, A.P.M., Beenackers, E.M.T., Meijer, R.F., Croes, E.A. & Brunt, T.M. (2017). Jaarbericht Nationale Drug Monitor 2017. Trimbos-instituut/ WODC: Utrecht/Den Haag.

Bijlage i. Samenstelling begeleidingscommissie

- Mevrouw prof. dr. mr. C.C.J.H. Bijleveld (Nederlands Studiecentrum Criminaliteit & Rechtshandhaving (NSCR) en Vrije Universiteit van Amsterdam, voorzitter)
- Mevrouw prof. dr. H. van de Mheen (UvT - Tranzo)
- De heer prof. dr. ir. J.C. Fransoo (UvT - Tilburg School of Economics and Management)
- De heer em. prof. dr. R.A. Knibbe (Universiteit Maastricht)
- De heer em. prof. dr. mr. G.P.M.F. Mols (UM - Faculteit der Rechtsgeleerdheid,)
- De heer prof. dr. J.N. van Ommeren (VU - School of Business and Economics)