

Amsterdamse coffeeshops en hun bezoekers

Dirk J. Korf, Jennifer Doekhie & Marije Wouters

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de gemeente Amsterdam.

Korf, DJ, Doekhie, J & Wouters M

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

Met lit. opgave

Amsterdam: Rozenberg Publishers (2011)

ISBN: 978 90 3610 236 0

NUR 740

Trefw.: Coffeeshop, Amsterdam

© 2011, de auteurs.

11 Samenvatting & Conclusies

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

Omgeving en buitenkant van coffeeshops

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

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

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

Exploitanten en bedrijfsvoering

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

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

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

Coffeeshops van binnen

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

Overlast

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

Aantallen bezoekers en profiel

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

Afgaand op de tellingen zijn de bezoekers gemiddeld 32,6 jaar. Bijna een op de zes is vrouw. Er zijn twee keer zoveel halers als zitters. Tussen een op de vijf en een kwart is toerist, maar stadsbreed is hun aandeel waarschijnlijk groter, want typische 'toeristenshops' zijn ondervertegenwoordigd in het onderzoek.

De bezoekers

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

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

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

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

Motieven voor coffeeshopbezoek

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

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

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

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

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

Zitters en halers

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

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

Bezoekersstromen

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

De wietpas

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

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

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