

# **De wietpas en het sociaal clubmodel**

## **Meningen en verwachtingen van coffeeshopbezoekers in Utrecht**

Concept d.d. 29 september 2011

Marije Wouters & Dirk J. Korf

M.m.v. Shima Asadi, Cecilia Le & Sarsani Schenk

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de GG&GD van de gemeente Utrecht.

Wouters M & Korf, DJ

De wietpas en het sociaal clubmodel. Meningen en verwachtingen van coffeeshopbezoekers in Utrecht / M. Wouters & D.J. Korf

Met lit. opgave

Amsterdam: Rozenberg Publishers (2011)

ISBN: XXXXXXXXXXXX

NUR 740

Trefw.: Coffeeshop, Utrecht

© 2011, de auteurs.

|          |                                                          |           |
|----------|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>INLEIDING.....</b>                                    | <b>4</b>  |
|          | WIETPAS .....                                            | 4         |
|          | SOCIAAL CLUBMODEL UTRECHT.....                           | 5         |
|          | OPZET ONDERZOEK .....                                    | 5         |
|          | OPBOUW .....                                             | 6         |
| <b>2</b> | <b>UTRECHTSE COFFEESHOPBEZOEKERS .....</b>               | <b>8</b>  |
|          | STEEKPROEF, RESPONS EN REPRESENTATIVITEIT.....           | 8         |
|          | LEEFTIJD, GESLACHT EN ETNICITEIT .....                   | 8         |
|          | WOONPLAATS.....                                          | 10        |
|          | CANNABISGEBRUIK EN KOOPGEDRAG .....                      | 10        |
|          | COFFEESHOPBEZOEK .....                                   | 11        |
|          | ZITTEN OF HALEN? .....                                   | 12        |
|          | REISTIJID EN VERVOER NAAR COFFEESHOP .....               | 13        |
|          | SAMENVATTING .....                                       | 13        |
| <b>3</b> | <b>DE WIETPAS.....</b>                                   | <b>15</b> |
|          | CONCLUSIE .....                                          | 16        |
| <b>4</b> | <b>HET SOCIAAL CLUBMODEL .....</b>                       | <b>18</b> |
|          | REDENEN OM LID TE WORDEN VAN EEN CANNABISCLUB .....      | 20        |
|          | REDENEN OM GEEN LID TE WORDEN VAN EEN CANNABISCLUB ..... | 20        |
|          | WIETPAS VERSUS CANNABISCLUB .....                        | 21        |
|          | SCHATTING DRAAGVLAK CANNABISCLUB .....                   | 23        |
|          | SAMENVATTING EN CONCLUSIE .....                          | 24        |
| <b>5</b> | <b>TOERISTEN IN UTRECHTSE COFFEESHOPS.....</b>           | <b>25</b> |
|          | GESLACHT, LEEFTIJD EN LAND.....                          | 25        |
|          | BEZOEK AAN EN VERBLIJF IN UTRECHT .....                  | 25        |
|          | CANNABIS IN EIGEN LAND.....                              | 25        |
|          | COFFEESHOPBEZOEK .....                                   | 25        |
|          | ZITTEN OF HALEN? .....                                   | 26        |
|          | DE WIETPAS.....                                          | 26        |
|          | WEGBLIJVERS.....                                         | 27        |
|          | SAMENVATTING EN CONCLUSIE .....                          | 27        |
| <b>6</b> | <b>SAMENVATTING EN CONCLUSIE.....</b>                    | <b>29</b> |
|          | PROFIEL UTRECHTSE COFFEESHOPBEZOEKERS .....              | 29        |
|          | DE WIETPAS.....                                          | 29        |
|          | HET SOCIAAL CLUBMODEL .....                              | 30        |
|          | TOERISTEN EN DE WIETPAS .....                            | 30        |
|          | HUIDIG EN TOEKOMSTIG KOOPGEDRAG .....                    | 31        |
|          | <b>LITERATUUR .....</b>                                  | <b>32</b> |
|          | <b>LITERATUUR .....</b>                                  | <b>32</b> |

## 1 Inleiding

Het Nederlandse drugsbeleid in volop in beweging. In mei 2011 stuurden de Ministers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en van Veiligheid en Justitie een Kamerbrief over het drugsbeleid naar de Tweede Kamer (Ministerie van VWS & Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2011). In deze brief onderschrijven de Ministers het belang van de volgende doelen: bevorderen van kleinschaligheid van coffeeshops; tegengaan middelengebruik onder jongeren; en bestrijding van de georganiseerde criminaliteit (met een goed evenwicht tussen bestuurs- en strafrecht).

De laatste jaren zijn wat betreft coffeeshopbeleid vooral de aantrekkingskracht van coffeeshops in de grensstreek op bezoekers uit buurlanden en de daarmee geassocieerde overlast, alsmede de problematiek van de toelevering aan coffeeshops (de zogeheten 'achterdeur') steeds prominenter op de politieke agenda gezet. Om het eerstgenoemde probleem terug te dringen heeft de Nederlandse regering het voornemen om de 'wietpas' verplicht te stellen.

Mede ter regulering van de achterdeur heeft het college van B&W van Utrecht in het collegeprogramma van 2010 "Groen, Open en Sociaal" een experiment met een *sociaal clubmodel* aangekondigd 'met het doel de risico's van schadelijke stoffen die nu regelmatig in verschillende vormen van softdrugs worden aangetroffen, te beheersen' (Gemeente Utrecht, 2010).

Verwijderd: september

Verwijderd: 09

Verwijderd: het

Verwijderd: ie

Verwijderd: de

Verwijderd: 'Hoofdpijnbrief drugsbeleid'

Verwijderd: (Ministerie van VWS, 2009)

Verwijderd: D

Verwijderd: geeft

Verwijderd: aan dat het coffeeshopbeleid zich de komende jaren richt op drie doelen:

Verwijderd: ; beheersing van het aantal coffeeshops

Verwijderd: (Gemeente Utrecht, 2010)

In augustus en september 2011 hebben we onderzoek gedaan onder coffeeshopbezoekers van Utrechtse coffeeshops, met als doel om in kaart te brengen hoe de bezoekers van Utrechtse coffeeshops denken over deze twee mogelijke beleidsveranderingen in de komende jaren. Centraal staan de volgende vragen. *Wat is het draagvlak voor de wietpas en het sociaal clubmodel? Wat zijn de mogelijke consequenties van de invoering hiervan voor de cannabismarkt op consumentenniveau?*

Voordat we de opzet van het onderzoek nader toelichten, schetsen we eerst het nationale plan voor de wietpas en het Utrechtse experiment met het sociaal clubmodel.

### Wietpas

In de eerdergenoemde Kamerbrief gaven de Ministers van VWS en van Veiligheid en Justitie aan dat zij voornemens zijn coffeeshops om te vormen tot besloten clubs voor de lokale markt (Ministerie van VWS & Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2011), en in de 'Miljoenennota' van dit jaar wordt dit voornemen nog eens bevestigd (Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2011). De voornemens luiden als volgt. Alleen meerderjarige ingezetenen van Nederland krijgen nog toegang tot een coffeeshop, op vertoon van een geldig identiteitsbewijs en op basis van lidmaatschap van de desbetreffende coffeeshop. Het lidmaatschap wordt in de vorm van een clubpas verleend door de coffeeshophouder en wordt verkregen op vertoon van een geldig identiteitsbewijs en een bewijs dat de aanvrager ingezetene van Nederland is. Het lidmaatschap zal worden gecontroleerd aan de hand van een (verplichte) ledenadministratie van de coffeeshopexploitant. Er zal een maximering van het aantal leden van de coffeeshop worden ingesteld. Het lidmaatschap is duurzaam. Het lidmaatschap kan niet op dagbasis worden verkregen en kan in

Verwijderd: een

Verwijderd: d.d. 27 mei 2011 over de ontwikkelingen in het Nederlandse drugsbeleid,

Verwijderd: (Ministerie van VWS & Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2011)

Verwijderd: (Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2011)

ieder geval niet voor korter dan één jaar worden aangegaan. De burgemeester stelt het aantal leden van een coffeeshop vast aan de hand van de infrastructuur, de omgeving van een coffeeshop en gegevens over het gemiddeld aantal cannabisgebruikers. Hoewel lokaal bepaald zal, gelet op de gewenste kleinschaligheid, landelijk een maximum van 1,500 leden per coffeeshop gelden.

### **Sociaal clubmodel Utrecht**

De keuze van de gemeente Utrecht voor het sociaal clubmodel, met inbegrip van een gereguleerd en gecontroleerd productiecircuit, vloeit voort uit de constatering door de Algemene Rekenkamer dat het cannabisbeleid 'in zijn geheel niet handhaafbaar is' omdat consequent optreden tegen bedrijfsmatige hennepcultuur moeilijk te combineren is met het expliciet gedogen van de detailverkoop en het impliciet gedogen van de inkoop

*(Handhaven en gedogen 2005)*

Deze houden immers een zekere acceptatie in van het product cannabis. In het sociaal clubmodel wil de gemeente Utrecht deze impasse doorbreken, door middel van verbeterde regulering, inclusief controle op de niet-criminele herkomst en de kwaliteit van de cannabis. Bij dit laatste moet gedacht worden aan de controle op stoffen die onnodig schadelijk zijn voor de gezondheid.

Met de plannen voor het sociaal clubmodel zegt de gemeente Utrecht aan te sluiten op de indertijd door het Rijk bij het cannabisbeleid geformuleerde primaat van het volksgezondheidsbeleid. In het experiment met het sociaal clubmodel wil de gemeente in aanvulling hierop de volwassenen ook de mogelijkheid bieden voor recreatief gebruik van cannabis waarbij de productie niet afhankelijk is van eventuele criminele teeltnetwerken.

Als doelgroep voor het sociaal clubmodel beschouwt het college volwassen recreatieve gebruikers van cannabis.

Verwijderd: (Handhaven en gedogen, 2005)

### **Opzet onderzoek**

Ten tijde van het onderzoek had Utrecht 15 coffeeshops, waarvan er twee niet geopend waren. Alle andere 13 coffeeshops is toestemming gevraagd om bezoekers te mogen interviewen. De exploitanten van de coffeeshops waren soms lastig te bereiken, vaak waren meerdere bezoeken aan de coffeeshop nodig om uitsluitel te krijgen over medewerking. Van de 13 coffeeshops stemden uiteindelijk negen in met een enquête onder hun bezoekers. Een coffeeshop wilde niet meedoen omdat deze uitsluitend gericht is op afhalen, waardoor er geen ruimte is om klanten ter plekke te interviewen.

Het streven was om in elke coffeeshop minimaal 25 bezoekers te interviewen. Tijdens de veldwerkuren is iedere bezoeker van de coffeeshop gevraagd om mee te doen, dus niet alleen de 'zitters', maar net zo goed degenen die alleen kort langskwamen om hasj of wiet te kopen ('halers'). Om een zo representatief mogelijke steekproef te verkrijgen, was vooraf voorgenomen om de nadruk te leggen op halers. Het is namelijk een bekend gegeven dat halers minder geneigd zijn om mee te doen, zeker niet als ze nog even moeten wachten tot zij aan de beurt zijn. Dit was echter in de praktijk meestal overbodig omdat de coffeeshops niet zo druk waren.

In de coffeeshops zijn twee groepen bezoekers geïnterviewd. Ten eerste de Nederlandssprekende bezoekers, waarvan de meesten in Utrecht wonen. Hen noemen we de *Utrechtse coffeeshopbezoekers*. Zij werden geïnterviewd aan de hand van een vragenlijst die grotendeels was gebaseerd op een eerder dit jaar in Amsterdam gehouden soortgelijk onderzoek ([Korf, Doekhie & Wouters, 2011](#)). De thema's waren:

Verwijderd: (Korf, Doekhie & Wouters, 2011)

- Profiel bezoekers
- Mening en gedragsintentie bij invoering 'wietpas'
- 'Sociaal clubmodel'; bekendheid, interesse lid worden en/of actieve deelname
- Voorkeur wietpas of sociaal clubmodel, motivatie voorkeur
- Eventueel koopgedrag: waar halen mensen het nu

De tweede groep bezoekers noemen we *toeristen*, maar hiertoe rekenen we ook tijdelijk in Utrecht vertoevende buitenlandse studenten en werkenden. Voor deze groep was de vragenlijst enigszins aangepast. De vragen over het sociaal clubmodel werden achterwege gelaten, want zij zullen hier immers niet voor in aanmerking komen en dus ook niet direct de gevolgen van ondervinden. Deze vragenlijst werd vertaald in vijf talen (Engels, Frans, Duits, Spaans, Italiaans).

De respondenten zijn persoonlijk benaderd door getrainde interviewers die goed thuis zijn in de wereld van coffeeshops en coffeeshopbezoekers. De vragenlijsten zijn ter plekke ingevuld. Dit garandeerde een hogere respons. Bovendien kon de interviewer meteen controleren of alle vragen waren beantwoord. Na complete invulling van de vragenlijst ontvingen respondenten een doosje pepermuntjes.

Per coffeeshop is vier uur lang geïnterviewd. Dit gebeurde altijd tijdens piekuren (tussen 15:00-21:00 uur) en op piekdagen (donderdag, vrijdag of zaterdag). In drie coffeeshops zijn we twee keer geweest om te compenseren voor de coffeeshops die niet deelnamen. Hierbij kozen we voor coffeeshops waarvan de bezoekers qua profiel zoveel mogelijk leken op de bezoekers van de missende coffeeshops.

In totaal hebben **444** bezoekers meegedaan (gemiddeld 49 per coffeeshop), onderverdeeld in **356** Utrechtse coffeeshopbezoekers en **88** toeristen.

### Opbouw

Hoofdstuk 2, 3 en 4 gaan over de Utrechtse coffeeshopbezoekers. Waar mogelijk en zinvol worden gekeken naar overeenkomsten en verschillen met Amsterdamse coffeeshopbezoekers. De toeristen komen aan bod in hoofdstuk 5. Daarna volgen in hoofdstuk 6 de samenvatting en conclusies

#### *Hoe de cijfers te lezen*

Per thema worden de bevindingen weergegeven. We spreken alleen van *verschillen* als deze statistisch significant zijn, dat wil zeggen voor minimaal 95% niet aan toeval toe te schrijven ( $p < .05$ ).

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

## 2 Utrechtse coffeeshopbezoekers

Tussen begin augustus en begin september 2011 zijn in negen Utrechtse coffeeshops **356** bezoekers geïnterviewd. In dit hoofdstuk schetsen we een profiel van de coffeeshopbezoekers.

### Steekproef, respons en representativiteit

De bereidheid van de bezoekers om mee te doen aan het onderzoek varieerde tussen de coffeeshops. In sommige coffeeshops werden de bezoekers door de medewerkers gestimuleerd om mee te doen; wie hier toch weigerde, had vaak haast. Hier deden ongeveer negen van de tien bezoekers mee. In andere coffeeshops weigerde ongeveer de helft van de bezoekers, vaak ook omdat zij geen tijd hadden. Deze shops waren ook vaker afhaallocaties, met weinig of geen gelegenheid om te zitten, of zij lagen aan een doorlopende weg waardoor relatief veel klanten snel naar binnen kwamen en ook snel weer vertrokken. Verder bestond de indruk dat Marokkaanse respondenten vaker weigerden mee te werken, maar zij kwamen ook vaker alleen om te halen.

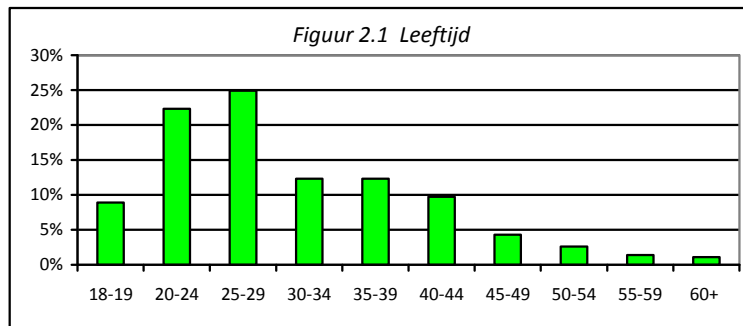
Het onderzoek vond deels plaats in de zomervakantie, waardoor het rustiger was dan anders. Daarbij was het tijdens deze periode ook ramadan, met als risico dat met name Marokkaanse bezoekers ondervertegenwoordigd zouden zijn. Daarom zijn de interviews in de coffeeshops met relatief veel Marokkaanse bezoekers vooral na de ramadan gehouden.

De 356 coffeeshopbezoekers vertegenwoordigen geen representatieve steekproef van alle coffeeshopklanten in Utrecht (toeristen niet meegerekend). Met onze aanpak maakten bezoekers die vaker in de coffeeshop komen een veel grotere kans om geïnterviewd te worden dan degenen die af en toe komen. De survey levert wel een tamelijk getrouw beeld op van de bezoekers die tijdens de piekdagen en piekuren in de coffeeshops te vinden zijn. Door te kiezen voor de piekdagen en piekuren in de week wordt de oververtegenwoordiging van frequente (dagelijkse) bezoekers enigszins gecompenseerd.

### Leeftijd, geslacht en etniciteit

De leeftijd van de respondenten varieert van 18 tot en met 72 jaar en is gemiddeld 30.8 jaar (mediaan 28 jaar). Een kleine minderheid (9%) is jonger dan 20 jaar. Iets minder dan de helft bestaat uit twintigers, een kwart is dertiger en de rest is ouder. Qua leeftijd komt deze groep sterk overeen met die van de cannabisgebruikers in de Nederlandse bevolking ([Van Laar et al., 2011](#)), en in het coffeeshoponderzoek in Amsterdam (gemiddeld 32.4 jaar, mediaan 30 jaar).

Verwijderd: (Van Laar et al., 2011)



Jongens en mannen zijn veruit in de meerderheid; 14% is van het vrouwelijke geslacht. Deze verdeling is precies hetzelfde als bij het onderzoek in Amsterdamse coffeeshops.

Het overgrote deel van de respondenten is in Nederland geboren (82%), de rest verdeelt over tientallen landen, waarvan het vaakst in Marokko (6% van de totale groep). Niet iedereen die in Nederland geboren is, geldt als autochtoon. Etniciteit wordt in Nederland bepaald aan de hand van het eigen geboorteland en dat van de ouders en daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen autochtonen (zelf en beide ouders in Nederland geboren) en allochtonen (minstens een van de ouders in het buitenland geboren), opgesplitst in westerse en niet-westerse allochtonen. Bij de respondenten vormen autochtonen (62%) de grootste subgroep; als de westerse allochtonen hierbij opgeteld worden, dan heeft bij elkaar genomen bijna driekwart een westerse etniciteit (71%). Na de autochtonen vormen Marokkanen de grootste subgroep (12%), gevolgd door westerse allochtonen (9%).

Al met al komt de etnische verdeling van de coffeeshopbezoekers vrij goed overeen met de gehele Utrechtse bevolking. In Amsterdam was het aandeel autochtonen kleiner (49%), maar daar wonen ook verhoudingsgewijs meer allochtonen.

*Tabel 2.1 Etniciteit*

|                     | n   | %    |
|---------------------|-----|------|
| Nederland           | 218 | 62.3 |
| Marokko             | 43  | 12.3 |
| Turkije             | 17  | 4.9  |
| Suriname            | 20  | 5.7  |
| Antillen/Aruba      | 4   | 1.1  |
| Overig westers      | 32  | 9.1  |
| Overig niet-westers | 16  | 4.6  |
| Totaal              | 350 | 100  |
| Weet niet/onbekend  | 6   |      |

Tabel 2.2 *Etniciteit: westers en niet-westers*

|                    | Totaal |      |
|--------------------|--------|------|
|                    | n      | %    |
| Westers            | 250    | 71.4 |
| Niet-westers       | 100    | 28.6 |
| Totaal             | 350    | 100  |
| Weet niet/onbekend | 6      |      |

### Woonplaats

De overgrote meerderheid van de respondenten woont in Utrecht (80%), een kleine groep woont in de zeer nabije omgeving van Utrecht en een op de acht verder weg.

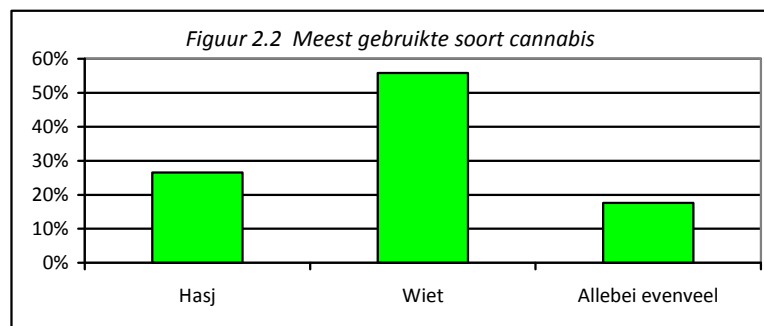
Tabel 2.3 *Woonplaats*

|                         | Totaal |      |
|-------------------------|--------|------|
|                         | n      | %    |
| Utrecht                 | 282    | 79.7 |
| Binnen 5 km van Utrecht | 28     | 7.9  |
| Ergens anders           | 44     | 12.4 |
| Totaal                  | 354    | 100  |
| Onbekend                | 2      |      |

### Cannabisgebruik en koopgedrag

Krap tweederde gebruikt dagelijks of bijna dagelijks cannabis (65%), de rest één of een paar keer per week (25%) of minder vaak (9%). Zes respondenten blowen zelf helemaal niet, maar komen voor de gezelligheid in de coffeeshop óf halen wiet of hasj voor andere mensen. Op een dag dat de coffeeshopbezoekers blowen, roken ze gemiddeld 3.4 joints (mediaan 2.5). Meer respondenten roken meestal wiet (74%) dan meestal hasj (15%); de rest gebruikte allebei ongeveer even veel (12%).

Wat betreft gebruiksfrequentie en voorkeur voor has of wiet lijken de Utrechtse coffeeshopbezoekers sterk op de Amsterdamse.



De coffeeshopbezoekers is ook gevraagd of zij wel eens ergens anders dan in de coffeeshop hun wiet of hasj kopen. Het overgrote deel van de respondenten gaf aan dat zij uitsluitend in de coffeeshop kopen (83%), maar ruim een op de zes koopt het wel eens ergens anders (17%). Het vaakst is dat dan bij vrienden of kennissen, het minst op straat, in een park en dergelijke. Van de afgelopen 10 keer dat de respondenten cannabis kochten, was dat gemiddeld 9.3 keer in de coffeeshop (86% alle 10 keer).

*Tabel 2.4      Andere verkooppunten (alleen respondenten die ook ergens anders kopen)*

|                            | Algemeen |      |
|----------------------------|----------|------|
|                            | n        | %    |
| 06-dealer                  | 8        | 13.6 |
| Bij vrienden/kennissen     | 27       | 45.8 |
| Bij een dealer/teler thuis | 10       | 16.9 |
| In een café/club/disco     | 3        | 5.1  |
| Op straat/plein/park       | 1        | 1.7  |
| Ergens anders              | 10       | 16.9 |
| Totaal                     | 59       | 100  |
| Onbekend                   | 1        |      |

### **Coffeeshopbezoek**

Voor bijna driekwart van de respondenten is de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd ('deze coffeeshop') ook de coffeeshop waar zij het allermeest komen. Voor de meeste anderen is dat een andere Utrechtse coffeeshop en voor iets minder eentje buiten Utrecht.

De bezoekers die in Utrecht wonen gaan veel vaker naar een Utrechtse coffeeshop (vooral 'deze'), maar ook tweederde van de niet-Utrechters gaat meestal naar een Utrechtse coffeeshop.<sup>1</sup>

*Tabel 2.5      Welke coffeeshop bezoek je het allermeest?*

|                             | Totaal |      |
|-----------------------------|--------|------|
|                             | n      | %    |
| Deze coffeeshop             | 255    | 72.6 |
| Andere Utrechtse coffeeshop | 61     | 17.4 |
| Coffeeshop buiten Utrecht   | 35     | 10.0 |
| Totaal                      | 351    | 100  |
| Onbekend                    | 5      |      |

De meeste geïnterviewde bezoekers gaan dagelijks (36%) of een paar keer per week (37%) naar de coffeeshop. De rest gaat een keer per week (12%) of minder vaak.

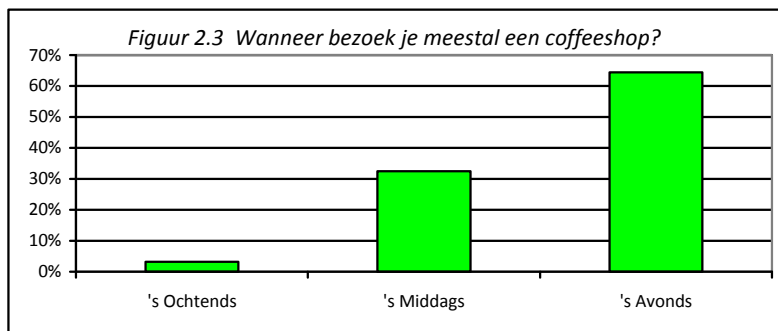
<sup>1</sup> Van degenen die in Utrecht wonen gaat 77.5% meestal naar deze coffeeshop, 18.9% naar een andere Utrechtse coffeeshop en 3.6% buiten Utrecht. Voor de bezoekers van buiten Utrecht zijn deze percentages: 53.5%, 11.3% en 35.2%. ( $p < .001$ ).

Tabel 2.6 Frequentie coffeeshopbezoek

|                     | n   | %    |
|---------------------|-----|------|
| Elke dag            | 127 | 35.8 |
| Paar keer per week  | 131 | 36.9 |
| 1 x per week        | 42  | 11.8 |
| Paar keer per maand | 33  | 9.3  |
| 1 x per maand       | 11  | 3.1  |
| Minder              | 11  | 3.1  |
| Totaal              | 355 | 100  |
| Onbekend            | 1   |      |

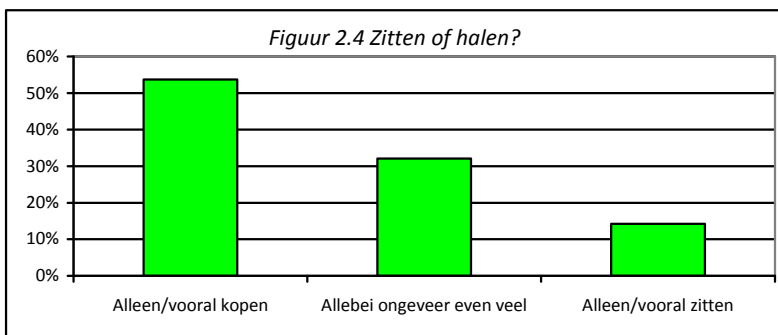
Verdeeld over de dag ligt de piek in het coffeeshopbezoek overduidelijk in de avonduren (64%). Op flinke afstand volgt de middag (33%). Een kleine minderheid bezoekt meestal 's ochtends de coffeeshop (3%).

Zowel bij de bezoekfrequentie als de tijdstippen waarop zij naar de coffeeshop gaan lijken de Utrechtse bezoekers sterk op die in Amsterdam.



#### Zitten of halen?

De helft van de respondenten gaat alleen of vooral naar de coffeeshop om er cannabis te halen, veel minder gaan alleen of vooral om te zitten. Een op de drie gaat om een combinatie van halen en zitten. Dit lijkt sterk op Amsterdam.



### Reistijd en vervoer naar coffeeshop

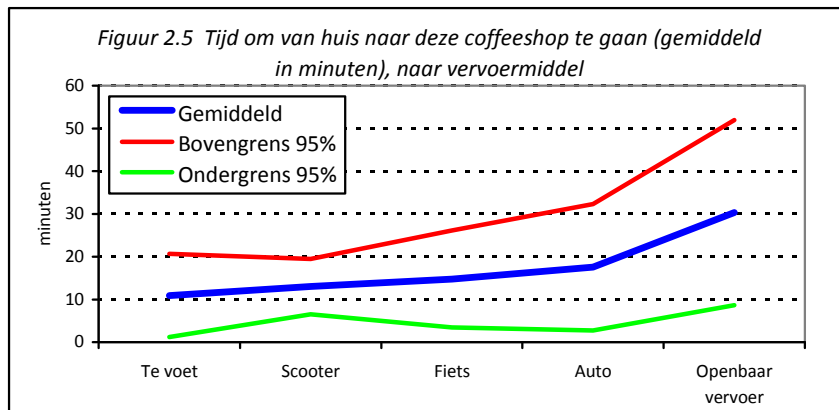
Het kost respondenten gemiddeld 16 minuten (mediaan 10 minuten) om van hun huis naar de coffeeshop te gaan waar zij werden geïnterviewd.

Respondenten gaan het vaakst op de fiets naar de coffeeshop. Op de tweede plaats komen ze lopend. Daarna volgen de auto (of motor) en het openbaar vervoer en het minst vaak komen ze met de scooter. Degenen die meestal te voet van huis naar deze coffeeshop gaan doen er gemiddeld 10.9 minuten over, terwijl degenen die met openbaar vervoer komen er gemiddeld bijna drie keer zo lang over doen.

Autochtonen en westerse allochtonen komen verhoudingsgewijs vaker op de fiets, terwijl niet-westerse allochtonen vaker met de auto en ook wat vaker met openbaar vervoer komen.

Tabel 2.7 Hoe ga je meestal naar deze coffeeshop?

|                      | Totaal |      |
|----------------------|--------|------|
|                      | n      | %    |
| Fiets                | 111    | 33.7 |
| Lopend               | 96     | 29.2 |
| Auto/motor           | 76     | 23.1 |
| Tram/bus/metro/trein | 30     | 9.1  |
| Scooter/brommer      | 16     | 4.9  |
| Totaal               | 329    |      |



### Samenvatting

In de zomer 2011 zijn 356 Utrechtse coffeeshopbezoekers geïnterviewd. Zij vormen een redelijke doorsnee van de bezoekers die op piekdagen en piekuren in coffeeshops worden aangetroffen (met uitzondering van toeristen; die komen aan bod in hoofdstuk 5). Frequente bezoekers –

en daarmee waarschijnlijk ook frequente cannabisgebruikers - zijn bij dergelijke onderzoeken oververtegenwoordigd.

Afgezien van het feit dat Amsterdamse coffeeshops, vooral in de binnenstad, veel meer toeristen trekken, vertonen de profielen van de bezoekers in de beide steden vooral overeenkomsten. De gemiddelde leeftijd is 30.8 jaar en 14% is van het vrouwelijk geslacht. Bijna tweederde is autochtoon, ongeveer zoals bij de gehele bevolking van Utrecht. Dat is ook het meest opvallende verschil met Amsterdamse coffeeshopbezoekers, maar daar wonen ook meer allochtonen.

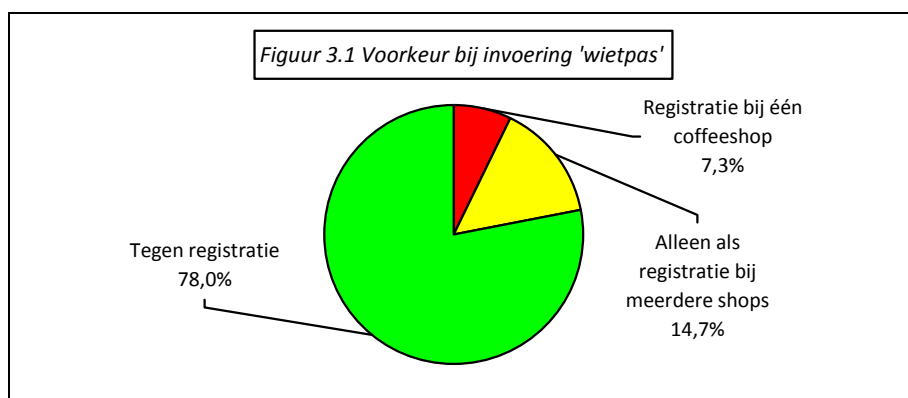
De overgrote meerderheid van de bezoekers woont in Utrecht of binnen een straal van 5 km van de stad. Twee op de drie geïnterviewde bezoekers blowen dagelijks of bijna dagelijks. Bezoekers hebben vaker een voorkeur voor wiet boven hasj.

De meeste respondenten gaan vooral naar de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd en dat geldt het sterkst voor degenen die in Utrecht wonen. Het kost respondenten gemiddeld 16 minuten (mediaan 10 minuten) om van hun huis naar de coffeeshop te gaan waar zij werden geïnterviewd. Het vaakst komen ze op de fiets of lopend. Daarna volgen de auto (of motor) en het openbaar vervoer en het minst vaak komen ze met de scooter. De piek in coffeeshopbezoek ligt duidelijk in de avonduren, dan gaat krap tweederde meestal naar de coffeeshops. Ongeveer een derde gaat meestal in de middag en een hele kleine minderheid in de ochtend (o.a. bezoekers die 's nachts hebben gewerkt).

Meer respondenten gaan alleen of vooral naar de coffeeshop om er cannabis te halen dan alleen of vooral om er te zitten.

### 3 De wietpas

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



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

*Afschuiven.* Een klein deel van de respondenten zegt iemand anders voor hen naar de coffeeshop te laten gaan.

*Meer zelftelers.* Ruim een op de zes respondenten zegt zelf wiet te gaan kweken of te zullen kopen van een teler.

*Verplaatsing.* Een derde zegt op een andere plek hasj of wiet te gaan kopen, dan wel hun wiet of hasj te laten bezorgen.

Het niet als blower te boek willen staan door een wietpas speelt zeker een rol bij de bezoekers van Utrechtse coffeeshops. Soms in verband met hun beroep, maar vaak ook ageren zij tegen registratie in het algemeen.

Als we de resultaten van Utrecht afzetten tegen die van Amsterdam, vallen vooral de overeenkomsten op. In Utrecht zeggen iets meer bezoekers dat zij elders (bijvoorbeeld thuisdealer of op straat) cannabis zouden gaan kopen.

*Tabel 3.1 “Stel dat je met de wietpas toch echt alleen maar naar één coffeeshop mag. Wat zou jij dan doen?”*

|                                       | Utrecht |      | Amsterdam |      |
|---------------------------------------|---------|------|-----------|------|
|                                       | n       | %    | n         | %    |
| Registratie in deze coffeeshop        | 89      | 25.4 | 293       | 24.6 |
| Registratie bij een andere coffeeshop | 23      | 6.6  | 84        | 7.0  |
| Weiger, vraag anderen te gaan         | 32      | 9.1  | 94        | 7.9  |
| Weiger, zelf kweken                   | 44      | 12.5 | 161       | 13.5 |
| Weiger, kopen van teler               | 19      | 5.4  | 118       | 9.9  |
| Weiger, koop elders                   | 99      | 28.2 | 250       | 21.0 |
| Weiger, laat bezorgen                 | 17      | 4.8  | 62        | 5.2  |
| Weiger en stop blowen                 | 28      | 8.0  | 131       | 11.0 |
| Totaal                                | 351     | 100  | 1193      | 100  |
| Onbekend                              | 5       |      | 21        |      |

### *Stoppers*

Opvallend is dat 8% zegt te zullen stoppen met blowen als de wietpas wordt ingevoerd en je daarmee slechts naar één coffeeshop mag. In vergelijking met de overige respondenten blowen de stoppers iets minder frequent dan de niet-stoppers. Verder zijn er geen verschillen.

### *Zelfkwekers*

Respondenten die aangeven dat zij zelf zullen gaan kweken wanneer je je bij één coffeeshop moet laten registreren, verschillen – voor zover wij dat nu kunnen vaststellen – maar in één opzicht van andere respondenten: zij gebruiker meer joints per keer dat zij blowen. Zij blowen echter niet vaker dan anderen.

### **Conclusie**

Ook wat betreft de wietpas vallen de grote overeenkomsten tussen de Utrechtse coffeeshopbezoekers en die in Amsterdam op. Spontaan is ruim driekwart van de Utrechtse bezoekers tegen registratie om de wietpas te kunnen krijgen. Wordt hen voorgehouden dat het echt zou moeten, dan breekt het verzet wat af en zegt 32% zich te zullen laten registreren. Een klein deel van de weigeraars zegt dan anderen voor hen naar de coffeeshop te laten gaan (8%), bijna een op de

vijf (18%) wil dan zelf wiet te gaan kweken of van een wiettelers gaan kopen; en een derde (33%) kiest ervoor om op andere manieren hun cannabis te kopen (thuisbezorgers, andere dealers). Opvallend genoeg zegt 8% bij de invoering van de wietpas te zullen stoppen. Het is de vraag in hoeverre degenen die zeggen te zullen stoppen, dit ook echt zullen doen. Intentie is immers geen garantie voor daadwerkelijke gedragsverandering. Dit geldt ook voor de verplaatsing van de cannabisverkoop naar de straat en andere plekken. Het is aannemelijk dat dit zal gebeuren, maar onzeker is nu nog in welke mate en in welke vorm.

## 4 Het sociaal clubmodel

De gemeente Utrecht wil in de toekomst het sociaal clubmodel, ook wel bekend als de ‘cannabisclub’, mogelijk maken. In de interviews met de Utrechtse coffeeshopbezoekers stelden we twee vragen over het sociaal clubmodel. Eerst vroegen we: *“Ben je op de hoogte van de plannen van de gemeente Utrecht om een cannabisclub te starten (dit is NIET de wietpas)?”*.

Na deze vraag werd kort uitgelegd wat de cannabisclub inhoudt. Ook wanneer respondenten aangaven dat zij er goed van op de hoogte waren, kregen zij de volgende uitleg:

De gemeente Utrecht wil de mogelijkheid bieden voor een experiment met een sociaal clubmodel. Het gaat in dit initiatief om een gesloten keten van teelt en gebruik, waarbij volwassen, recreatieve gebruikers de mogelijkheid krijgen om cannabis te produceren voor eigen gebruik.

Met dit experiment wil de gemeente onderzoeken of gebruikers het sociaal clubmodel als een bruikbaar alternatief zien voor de huidige coffeeshop. In het clubmodel is er zicht op de kwaliteit, sterkte etc. van de cannabis en is de gebruiker niet afhankelijk van nederwiet van onbekende kwaliteit die afkomstig kan zijn van het criminele circuit. Het gaat om een experiment binnen de huidige wettelijke kaders. Dat zal in de huidige gedoogsituatie leiden tot een teelt van hooguit 5 planten per deelnemer. De gemeente gaat overigens niet zelf een club starten of een wietkwekerij starten. De inzet van de gemeente is om een sociaal club voor de leden mogelijk te maken en te onderzoeken wat de gebruiks- en gezondheidseffecten zijn van dit model voor de deelnemers.

Tweederde van de Utrechtse coffeeshopbezoekers heeft nog nooit van het sociaal clubmodel gehoord. Een op de tien kent het alleen maar van naam, een op de zes weet ongeveer wat het inhoudt en bijna een op de tien kent de plannen goed. Al valt de naamsbekendheid van het plan wellicht tegen, toch weet een kwart minimaal wat het ongeveer inhoudt. Daarbij zijn er overigens forse verschillen tussen de coffeeshops. Tegenover enkele coffeeshops waar rond 30% zegt de plannen goed te kennen en nog eens zo’n 20% ongeveer te weten wat ze inhouden, staan coffeeshops waar dit voor slechts een kleine minderheid van de bezoekers geldt.

*Tabel 4.1 “Ben je op de hoogte van de plannen van de gemeente Utrecht om een cannabisclub te starten (dit is NIET de wietpas)?”*

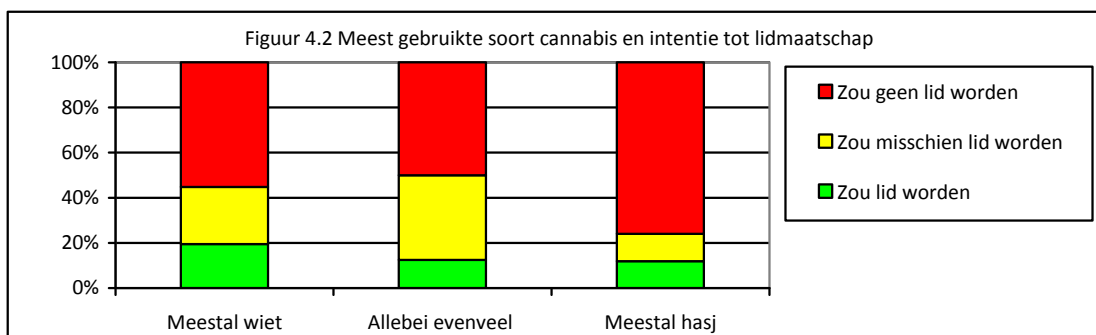
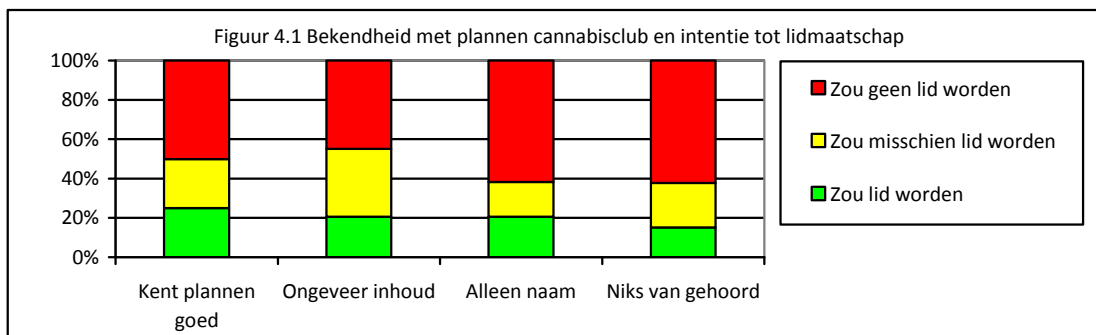
|                                      | n   | %    |
|--------------------------------------|-----|------|
| Ja, ik ken de plannen goed           | 32  | 9.0  |
| Ja, ik weet ongeveer wat het inhoudt | 58  | 16.4 |
| Ja, maar alleen van naam             | 34  | 9.6  |
| Nee, niks van gehoord                | 230 | 65.0 |
| Totaal                               | 354 | 100  |
| Onbekend                             | 2   |      |

Aansluitend werd de vraag gesteld: “Zou je lid willen worden van een cannabisclub zoals hierboven beschreven?” Meer dan de helft van de respondenten heeft geen interesse om lid te worden. Een kwart antwoordt misschien en bijna een op de zes zegt wel lid te willen worden. Ook hierbij zijn er forse verschillen tussen de coffeeshops. Tegenover enkele coffeeshops waar meer dan de helft van de respondenten zegt (misschien) wel lid te willen worden, staan coffeeshops waar de meerderheid dat niet wil.

Tabel 4.2 “Zou je lid willen worden van een cannabisclub zoals hierboven beschreven?”

|           | n   | %    |
|-----------|-----|------|
| Ja        | 62  | 17.5 |
| Nee       | 206 | 58.0 |
| Misschien | 87  | 24.5 |
| Totaal    | 355 | 100  |
| Onbekend  | 1   |      |

Belangstelling voor lidmaatschap van een cannabisclub lijkt iets groter bij degenen die (ongeveer) bekend zijn met de plannen, maar de intentie tot lidmaatschap staat los van bekendheid met de plannen (Figuur 4.1). Wat wel duidelijk uitmaakt, is de voorkeur voor wiet of hasj. De animo voor lidmaatschap van een cannabisclub is het grootst onder degenen die meestal wiet roken en het kleinst onder hen die meestal hasj gebruiken (Figuur 4.2).



### Redenen om lid te worden van een cannabisclub

De respondenten die aangaven (misschien) lid te willen worden van de cannabisclub, werd vervolgens gevraagd waarom zij lid zouden willen worden. Hierbij mochten ze de drie belangrijkste redenen aankruisen. Gemiddeld kozen deze respondenten 2.3 redenen. Met iets minder dan de helft van de respondenten staat aan top: betere kwaliteit wiet. Daarna volgen, met ongeveer een op de drie respondenten, het krijgen van niet-vervuilde wiet en het soort wiet krijgen dat men zelf wil. Ook aardig wat respondenten denken dat zij dan minder voor hun wiet hoeven te betalen, of het lijkt ze wel leuk om zelf te kweken. Een op de vijf lijkt het gezellig om in clubverband hun eigen wiet te telen. De cannabisclub lijkt vooral nieuwe kwekers aan te spreken, want maar weinig respondenten kozen als een van de redenen dat ze zelf al wiet kweken. Winstbejag werd nauwelijks genoemd.

Tabel 4.3 "Waarom zou je lid willen worden van een cannabisclub?" (alleen respondenten die 'ja' of 'misschien' hebben geantwoord)

|                                                                          | n   | % respondenten |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|----------------|
| Betere kwaliteit wiet                                                    | 66  | 45.5           |
| Ik kan dan niet-vervuilde wiet krijgen                                   | 52  | 35.9           |
| Daar kan ik het soort wiet krijgen dat ik wil (THC gehalte, smaak, etc.) | 51  | 35.2           |
| Ik denk dan minder te hoeven betalen voor de wiet                        | 41  | 28.3           |
| Zelf kweken trekt me wel                                                 | 39  | 26.9           |
| Dat lijkt me gezellig                                                    | 29  | 20.0           |
| Ik wil geen wiet uit illegale teelt                                      | 22  | 15.2           |
| Ik verwacht dan minder te gaan blowen                                    | 8   | 5.5            |
| Ik kweek al zelf, doe het graag legaal en/of met anderen                 | 8   | 5.5            |
| Dan kan ik het doorverkopen                                              | 5   | 3.5            |
| Anders *                                                                 | 12  | 8.3            |
| Totaal aantal respondenten                                               | 145 | 100            |
| Totaal aantal antwoorden                                                 | 333 |                |

\* O.a. "Dan heb ik meer inzicht in de kwaliteit", "Ik ben voorstander van delen van kennis".

### Redenen om geen lid te worden van een cannabisclub

Aan de respondenten die (misschien) geen lid zouden willen worden van het sociaal clubmodel, werd gevraagd waarom dan niet. Ook hierbij mochten ze de drie belangrijkste redenen aankruisen. Gemiddeld kozen deze respondenten 1.9 redenen. Meer dan de helft van hen zegt niet geregistreerd te willen worden als lid van een cannabisclub. Deze respondenten hebben iets tegen registratie in het algemeen, of zijn bang voor het stigmatiserende effect dat zo'n lidmaatschap kan hebben ("vanwege mijn beroep wil ik niet geregistreerd worden"). Krap een derde vindt zelf kweken gewoon teveel gedoe, ruim een kwart blijft graag klant bij hun vaste coffeeshop en bijna een op de vijf rookt alleen of vooral hasj. De andere redenen waaruit de respondenten konden kiezen, worden een stuk minder vaak aangekruist. Wel kiest een op de vijf (ook) voor de optie 'anders'. Zij zeggen bijvoorbeeld dat blowen niet zo'n 'groot ding' in hun leven is, ze geen zin

hebben in clubjes, er geen tijd voor hebben, et cetera. Ook zijn er die het te omslachtig vinden (“laten we het simpel houden”, “halen is gemakkelijker”) en/of de voorkeur geven aan de gezelligheid die coffeeshops bieden.

*Tabel 4.4 “Waarom zou je geen lid willen worden van een cannabisclub?” (alleen respondenten die ‘nee’ of ‘misschien’ hebben geantwoord)*

|                                                                | n   | % respondenten |
|----------------------------------------------------------------|-----|----------------|
| Ik wil niet geregistreerd worden als lid van een cannabisclub  | 152 | 56.3           |
| Ik vind zelf kweken teveel gedoe                               | 79  | 29.3           |
| Ik heb een vaste coffeeshop en daar wil ik blijven komen       | 73  | 27.1           |
| Ik rook alleen of vooral hasj                                  | 51  | 18.9           |
| Ik haal altijd dezelfde wiet bij de coffeeshop                 | 28  | 10.4           |
| Dan ga ik teveel blowen                                        | 22  | 8.1            |
| Ik denk dat de wiet minder van kwaliteit zal zijn              | 19  | 7.1            |
| Ik kweek al zelf en/of ik zou het liever in mijn eentje kweken | 17  | 6.3            |
| Ik denk dat de wiet hier duurder zal zijn                      | 14  | 5.2            |
| Ik wil niet deelnemen aan onderzoek naar de cannabisclub       | 13  | 4.8            |
| Ik heb al een betrouwbare bron van wiet buiten de coffeeshop   | 4   | 1.5            |
| Anders                                                         | 56  | 20.7           |
| Totaal aantal respondenten                                     | 270 | 100            |
| Totaal aantal antwoorden                                       | 528 |                |

#### **Wietpas versus cannabisclub**

De coffeeshopbezoekers werd ook gevraagd of zij liever een wietpas zouden nemen of liever lid zouden worden van de cannabisclub. Meer dan de helft zou geen van beide willen, krap een kwart had het liefst de wietpas en eveneens krap een kwart liefst het sociaal clubmodel (Tabel 4.5). Vervolgens werd de keuzevrijheid ingeperkt met de vraag wat de bezoekers zouden doen als zowel de wietpas als de cannabisclub zou worden ingevoerd en zij gedwongen zouden zijn om tussen deze twee te kiezen en ze niet allebei zouden mogen nemen. Ruim een kwart zegt dan de wietpas te nemen en bijna een op de vijf zou lid worden van de cannabisclub. De meerderheid wil echter geen van beide. Een op de drie zegt via andere wegen aan hun wiet of hasj komen. Bijna een op de tien gaf aan te gaan stoppen met blowen, iets minder respondenten gaan alleen nog zelf kweken.

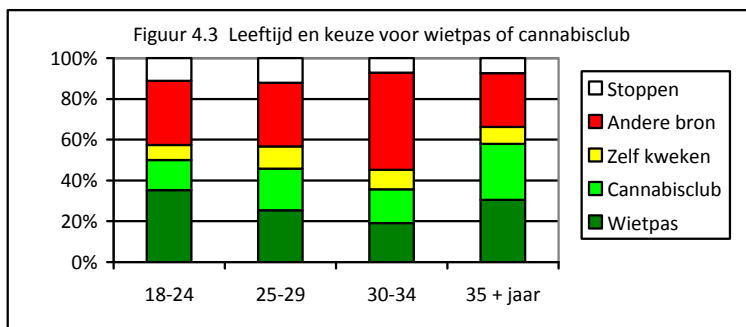
*Tabel 4.5 “Stel, je zou moeten kiezen tussen een wietpas nemen of lid worden van de cannabisclub, wat heb je dan liever?”*

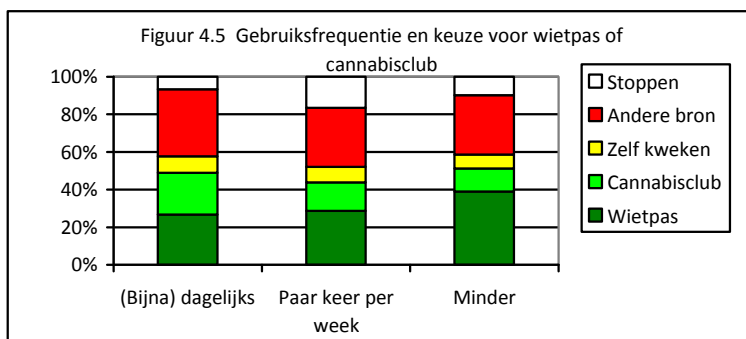
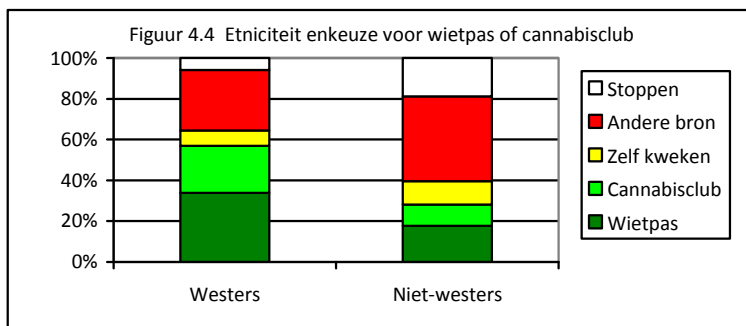
|                | n   | %    |
|----------------|-----|------|
| Wietpas        | 81  | 23.0 |
| Cannabisclub   | 82  | 23.3 |
| Geen van beide | 189 | 53.7 |
| Totaal         | 352 | 100  |
| Onbekend       | 4   |      |

Tabel 4.6 “Stel, zowel de wietpas als de cannabisclub worden ingevoerd en je mag ze niet allebei hebben. Wat zou je dan doen?”

|                                                                | n   | %    |
|----------------------------------------------------------------|-----|------|
| Ik neem een wietpas                                            | 99  | 28.9 |
| Ik word lid van de cannabisclub                                | 66  | 19.2 |
| Ik gebruik alleen nog door mijzelf gekweekte wiet              | 29  | 8.5  |
| Ik ga het kopen via vrienden, bekenden of het illegale circuit | 116 | 33.8 |
| Ik ga stoppen met blowen                                       | 33  | 9.6  |
| Totaal                                                         | 343 | 100  |
| Onbekend                                                       | 13  |      |

Om zo scherp mogelijk te krijgen hoe de voorkeuren van de coffeeshopbezoekers liggen, werden ze gevraagd een gedwongen keuze te maken tussen de wietpas en de cannabisclub. Overigens zal in de praktijk zeer waarschijnlijk geen keuze gemaakt te hoeven worden. Bij de gedwongen keuze tussen wietpas en cannabisclub zien we geen verschillen tussen de mannelijke en vrouwelijke coffeeshopbezoekers. De jongste groep lijkt (18-24 jaar) het vaakst te kiezen voor de wietpas, de 35-plussers lijken het vaakst de cannabisclub te prefereren en de jonge dertigers willen het vaakst geen van beide, maar deze verschillen zijn niet significant. De meest uitgesproken verschillen vinden we naar etniciteit. Zowel westerse als niet-westerse respondenten kiezen vaker voor de wietpas dan de cannabisclub, maar van de westerse respondenten kiest ruim de helft voor een van deze beide opties, tegenover iets meer dan een kwart van de niet-westers ( $p < .001$ ). Ten slotte lijken de (bijna) dagelijkse blowers het vaakst voor de cannabisclub te kiezen en degenen die maximaal één keer per week blowen het vaakst voor de wietpas, maar ook deze verschillen zijn niet significant.





### Schatting draagvlak cannabisclub

Om te schatten hoe groot het draagvlak voor de cannabisclub is onder gebruikers in Utrecht, moeten we eerst weten hoeveel cannabisgebruikers er in Utrecht zijn. Van de bewoners tussen de 19-54 jaar heeft 5% de afgelopen maand nog geblowd (Van Veelen et al., 2009). Dat betekent van de 190851 bewoners in deze leeftijdscategorie<sup>2</sup> er 9543 de afgelopen maand nog geblowd hebben. Voor deze berekening gaan we er van uit dat ons onderzoek een goede afspiegeling vormt van de actuele gebruikers. Frequenter gebruikers zeggen echter vaker dat zij lid zouden willen worden van de cannabisclub<sup>3</sup>, en omdat ons onderzoek plaatsvond in coffeeshops zijn frequente gebruikers oververtegenwoordigd. Dit zou betekenen dat beide schattingen aan de hoge kant zijn.

Voor de berekening van het minimum aantal blowers in Utrecht dat lid zou willen worden van de cannabisclub, baseren we ons op het percentage dat al op de hoogte is van de plannen. Dit minimum is dus een inschatting van het aantal potentiële leden als er geen voorlichting meer zou plaatsvinden. Van onze steekproef kent 25.4% de plannen ongeveer of goed. Van dit kwart wil 22.2% wel lid worden, oftewel 5.6% van alle respondenten (hierbij laten we de respondenten die 'misschien' geantwoord hebben buiten beschouwing). Dit zou betekenen dat van de 9543

Verwijderd: (Van Veelen et al., 2009)

<sup>2</sup> <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=03759ned&D1=0&D2=20-55,102,118,129&D3=776&D4=22-23&HDR=T&STB=G2,G1,G3&P=T&VW=T>

Geraadpleegd op 29-09-2011

<sup>3</sup> Van de frequente gebruikers zegt 84% dat zij lid zouden willen, ten opzichte van 61% van de minder frequente gebruikers, dit verschil is significant (p<.005).

Met opmaak: Nederlands (standaard)

huidige cannabisgebruikers in Utrecht er 2424 weten wat het plan inhoudt, en dat **533** lid zouden willen worden.

Als er nog wel voorlichting gegeven zou worden, komen we hoger uit. Na uitleg van het plan in het interview zou namelijk 17.5% van de coffeeshopbezoekers lid willen worden van een cannabisclub. Dat komt neer op **1670** cannabisgebruikers.

### **Samenvatting en conclusie**

In dit hoofdstuk hebben we eerst gekeken naar de bekendheid van Utrechtse coffeeshopbezoekers met en hun interesse in het sociaal clubmodel. Het beeld verschilt per coffeeshop, maar over de volle breedte hebben twee op de drie bezoekers er nog niet eens van gehoord. Toch zou – na korte uitleg van het model – 42% wel of misschien wel lid willen worden. Niet geheel verassend is de animo hiervoor groter onder wietrokers dan onder hasjrokers. Vooralsnog schatten we dat tussen 533 en 1670 cannabisgebruikers in Utrecht zouden willen deelnemen aan het sociaal clubmodel. Dat indiceert een behoorlijk draagvlak onder de lokale gebruikers. Het valt echter nu niet te zeggen hoeveel gebruikers daadwerkelijk lid worden wanneer de plannen doorgang zouden vinden.

De belangrijkste redenen om lid te willen worden hebben te maken met de kwaliteit (beter, niet vervuild, smaak, THC-gehalte). Daarnaast denken gebruikers dat de wiet dan goedkoper is. Ook spelen plezier in het zelf kweken en de gezelligheid mee. Winstbejag lijkt nauwelijks een rol te spelen. De belangrijkste reden om geen lid van een cannabisclub te willen worden is – net als bij de bezwaren tegen de wietpas – gelegen in de afkeer van registratie. Daarnaast gaat men vaak liever naar de coffeeshop en vindt zelf kweken teveel gedoe.

Als de Utrechtse coffeeshopbezoekers zouden moeten kiezen tussen de wietpas en de cannabisclub, is de voorkeur gelijkelijk verdeeld, maar ruim de helft zegt geen van beide te willen. Als beide zouden worden ingevoerd en de bezoekers moeten kiezen, blijft nog steeds ruim de helft tegen, maar verschuift de keuze in de richting van de wietpas. Net als in het vorige hoofdstuk over de wietpas zegt een fors deel er dan voor te kiezen om op andere manieren aan hun cannabis te zullen komen en een kleiner deel te zullen stoppen met blowen.

Niet-westerse coffeeshopbezoekers zijn veel minder dan westerse geporteerd voor de wietpas en de cannabisclub. De animo voor de cannabisclub is het grootst onder de (bijna) dagelijkse blowers en de 35-plussers.

## 5 Toeristen in Utrechtse coffeeshops

Naast de in de voorgaande hoofdstukken besproken Utrechtse coffeeshopbezoekers zijn in dezelfde coffeeshops **88** toeristen geïnterviewd. Hiertoe rekenen we ook tijdelijk in Utrecht vertoevende buitenlandse studenten en werkenden. De vragen over het sociaal clubmodel werden achterwege gelaten, want zij zullen hier immers niet voor in aanmerking komen en dus ook niet direct de gevolgen van ondervinden. Deze vragenlijst werd vertaald in vijf talen (Engels, Frans, Duits, Spaans, Italiaans).

### **Geslacht, leeftijd en land**

Ruim een op de vijf geïnterviewde toeristen is vrouw (22%). De leeftijd loopt van 18 tot en met 53 jaar, met een gemiddelde van 26.0 jaar (mediaan 23.0 jaar). Zij komen uit 14 verschillende landen. De overgrote meerderheid komt uit Europa (86%). Meestal is dit een lidstaat van de Europese Unie (85%), het vaakst Italië (23%), Frankrijk (12%), Duitsland (11%), Polen (10%), Spanje (9%) of het Verenigd Koninkrijk (8%).

### **Bezoek aan en verblijf in Utrecht**

De helft van de toeristen was voor het eerst in Utrecht (52%). De andere helft was er gemiddeld al 15.8 keer (mediaan 2.0 keer) eerder geweest. In doorsnee waren zij van plan er in totaal 4 dagen te blijven.

### **Cannabis in eigen land**

Negen op de tien respondenten hadden voordat zij naar Utrecht kwamen wel eens hasj of wiet gebruikt (92%). Een fors deel hiervan gebruikt in hun eigen land dagelijks of bijna elke dag (46%), een paar keer per week (19%) of één keer per week (1%). Al met al zijn het dus vooral ervaren en frequente cannabisgebruikers, maar er zijn er ook die slechts af en toe (21% minder dan 1 keer per maand) blowen. Een meerderheid van de gebruikers rookt in hun thuisland meestal wiet (58%), veel minder meestal hasj (11%) en de rest van allebei evenveel (31%).

De gebruikers kopen in hun eigen land het vaakst hun hasj of wiet bij iemand die het thuis verkoopt (thuisdealer, 23%), het bezorgt (23%) of op straat (21%). Een forse minderheid koopt zelf nooit en krijgt het van anderen (14%). Slechts een heel kleine groep teelt zelf wiet (6%) en de rest komt in hun eigen land op andere manieren aan cannabis, zoals van vrienden.

### **Coffeeshopbezoek**

Voor een op de drie is het ten tijde van de enquête de eerste keer dat zij een coffeeshop in Utrecht bezoeken (33%). Van de anderen was een flink deel al tijdens eerdere bezoeken aan de stad in een coffeeshop geweest (81%, 53% van totale groep), de rest alleen tijdens hun huidige

bezoek. Degenen die niet voor het eerst in een Utrechtse coffeeshop kwamen, waren tijdens hun huidige verblijf in de stad gemiddeld 14.5 keer in de coffeeshop geweest (mediaan 3.0 keer). Gemiddeld bezochten zij 3.2 verschillende coffeeshops (mediaan 2.0).

Niet verrassend is dat een grote meerderheid van de geënquêteerden zelf hasj of wiet in de coffeeshop gebruikt (81%). Wel opvallend is dat 5% helemaal geen cannabis gebruikt, dus ook niet in de coffeeshop. De rest koopt er wel, maar gebruikt het ergens anders (14%). Tweederde van de gebruikers rookt in Utrecht meestal wiet (63%), een kleine minderheid meestal hasj (4%) en de rest van allebei evenveel (33%). Vergeleken bij hun gedrag thuis, blijkt dat het overgrote deel van de respondenten in Utrecht hetzelfde gebruikt als thuis (78%), waarbij het meestal om wiet gaat (51%). Er is een relatief grote groep (11%) die in Utrecht even vaak wiet als hasj gebruikt, maar die in hun eigen land vooral wiet rookt. Omgekeerd, thuis hasj roken maar in Utrecht allebei, gebeurt bijna niet (3%).

### Zitten of halen?

Aan de respondenten die eerder al in coffeeshops in Utrecht zijn geweest, is gevraagd of zij meestal om te kopen of te zitten naar coffeeshops gaan. Krap een op de vijf gaat alleen of vooral naar de coffeeshop om er te zitten (19%), veel minder gaan alleen of vooral om cannabis te kopen ('halers'; 15%), maar de meesten komen voor een combinatie van halen en zitten (66%). In vergelijking met de Utrechtse coffeeshopbezoekers zijn de toeristen veel vaker (ook) zitters (46% vs. 85%).

### De wietpas

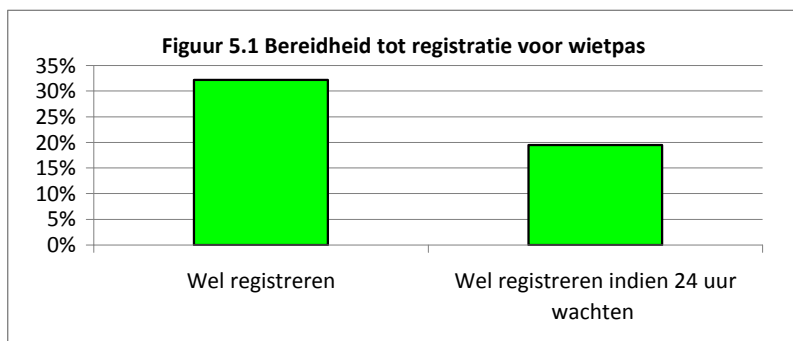
Wat zouden de toeristen doen als de wietpas wordt ingevoerd? Mogelijk komen toeristen er helemaal niet voor in aanmerking. Los hiervan hebben lang niet alle toeristen er van gehoord. Daarom legden we eerst kort uit wat de wietpas zou kunnen inhouden: *"Stel dat de 'wietpas' verplicht wordt. Je moet je dan officieel laten registreren om binnen te komen bij een coffeeshop. Voor de registratie moet je je paspoort of je ID-kaart laten zien. Na registratie mag je alleen nog in die coffeeshop. Wat vind jij hiervan?"*

Ongeveer een op de drie respondenten zegt zich dan te laten registreren bij een coffeeshop naar eigen keuze (15%) of onder de voorwaarde dat zij zich bij meerdere coffeeshops kunnen laten registreren (17%). De rest wil zich niet registreren: zij doen het dan zonder cannabis (12%), laten iemand anders hasj of wiet in de coffeeshop kopen (15%) of – veel vaker – zeggen er dan op een andere manier aan te komen (41%).

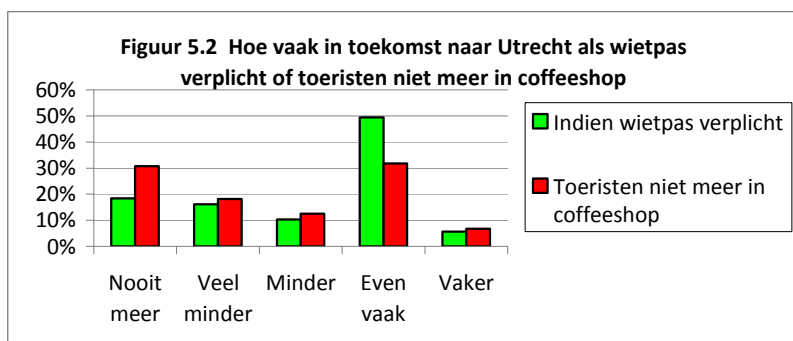
Een minderheid van een op de drie respondenten zegt dus wel bereid te zijn om zich te laten registreren om aan de wietpas te komen. Maar wat verwachten zij te doen als ze na het verkrijgen van de wietpas eerst 24 uur zouden moeten wachten voordat er in de coffeeshop cannabis mee mag kopen? Dan blijft nog tweederde van deze minderheid over (63%), dat wil zeggen 20% van alle respondenten. De rest ziet er dan alsnog vanaf: zij denken het dan zonder cannabis te doen (11%; 3% van totale steekproef), laten iemand anders hasj of wiet in de coffeeshop kopen

**Verwijderd:** Over deze wietpas bestaat nog onduidelijkheid – en bovendien

(respectievelijk 19% en 6%) of zeggen er dan op een andere manier aan te komen (7%, 2% van totaal).



Welke consequenties zou de invoering van de wietpas hebben voor hun volgende bezoeken aan Utrecht? In dit geval denkt bijna de helft minder (10%), veel minder (16%) of zelfs nooit meer (18%) te komen. En wanneer de toeristen helemaal niet meer in coffeeshops zouden mogen komen, dan wordt dit aandeel – afgaand op wat de respondenten zelf denken te gaan doen – nog groter (nooit meer 31%; veel minder 18%; minder 13%).



### Wegblijvers

Toeristen in Utrechtse coffeeshops die aangeven dat zij door de invoering van de wietpas helemaal niet meer of veel minder vaak naar Utrecht zouden komen, vertonen meer overeenkomsten dan verschillen met de andere toeristen. Het belangrijkste verschil is dat ze vaker tegen registratie zijn en na de invoering van de wietpas, als zij toch naar Utrecht zouden komen, eerder op een andere manier dan via coffeeshops aan hun wiet of hasj zouden proberen te komen.

### Samenvatting en conclusie

De meeste toeristen in Utrechtse coffeeshops gebruiken ook in hun eigen land cannabis. Zij komen vaker naar de coffeeshop om er te zitten dan de Utrechtse coffeeshopbezoekers. Net als bij de Utrechtse coffeeshopbezoekers is er bij de toeristen niet veel draagvlak voor de wietpas. On-

geveer tweederde zegt niet bereid te zijn om zich te laten registreren om een wietpas te kunnen verkrijgen – en degenen die het wel zouden doen, stellen vaak als voorwaarde dat zij daarmee naar verschillende coffeeshops mogen. Van deze weigeraars zegt een deel dan maar geen cannabis te zullen gebruiken, maar een veel groter deel denkt dan in Utrecht toch wel aan hasj of wiet te kunnen komen – via iemand met een wietpas, met een valse wietpas, op straat et cetera. Wordt aan de wietpas een wachttijd van 24 uur gekoppeld voordat je je eerste cannabis mag kopen, dan wordt animo nog minder en blijft een op de vijf over.

Afgaand op wat de toeristen in Utrechtse coffeeshops van de wietpas vinden, valt een daling in het toerisme te verwachten. Bijna de helft van de toeristen in Utrechtse coffeeshops zegt minder, veel minder of zelfs nooit meer naar Utrecht te zullen komen als de wietpas verplicht wordt. Wanneer toeristen helemaal uit coffeeshops geweerd zouden worden, neemt hun animo nog verder af en denkt bijna tweederde de stad minder, veel minder of zelfs helemaal niet meer te bezoeken.

## 6 Samenvatting en conclusie

In de zomer van 2011 zijn in coffeeshops in de stad Utrecht **444** bezoekers geïnterviewd, verdeeld over twee groepen: 356 *Utrechtse coffeeshopbezoekers* (Nederlandssprekende bezoekers, waarvan de meesten in Utrecht wonen) en 88 *toeristen*.

### **Profiel Utrechtse coffeeshopbezoekers**

De geïnterviewde Utrechtse coffeeshopbezoekers vormen een redelijke doorsnee van de bezoekers die op piekdagen en piekuren in coffeeshops worden aangetroffen (met uitzondering van toeristen; zie later). Frequente bezoekers – en daarmee waarschijnlijk ook frequente cannabisgebruikers – zijn bij dergelijke onderzoeken oververtegenwoordigd. Twee op de drie geïnterviewde bezoekers blowen dagelijks of bijna dagelijks.

De gemiddelde leeftijd is 30.8 jaar; dat komt goed overeen met cannabisgebruikers in Nederland. De meerderheid is man (86%). Bijna tweederde is autochtoon, ongeveer zoals bij de gehele bevolking van Utrecht. Dat is ook het meest opvallende verschil met Amsterdamse coffeeshopbezoekers, maar daar wonen ook meer allochtonen. De overgrote meerderheid van de bezoekers woont in of dichtbij Utrecht.

De Utrechtse coffeeshopbezoekers zijn tamelijk honkvast en gaan vooral naar de coffeeshop waar zij werden geïnterviewd. Het kost in doorsnee 10 minuten om van hun huis naar deze coffeeshop te gaan. Het vaakst komen ze op de fiets of lopend, gevolgd door de auto en veel minder met het openbaar vervoer of op de scooter. De piek in coffeeshopbezoek ligt duidelijk in de avonduren, op afstand gevolgd door de middag. Meer bezoekers gaan alleen of vooral naar de coffeeshop om er cannabis te halen dan alleen of vooral om er te zitten. Bezoekers hebben vaker een voorkeur voor wiet boven hasj.

### **De wietpas**

Ook wat betreft de wietpas vallen de grote overeenkomsten met coffeeshopbezoekers in Amsterdam op. Spontaan is ruim driekwart van de Utrechtse 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. De meerderheid wil dus ook dan de wietpas niet. Een klein deel van de weigeraars zegt dan anderen voor hen naar de coffeeshop te laten gaan (8% van de totale steekproef), bijna een op de vijf (18%) wil dan zelf wiet gaan kweken of van een wiettelers gaan kopen; en een derde (33%) kiest ervoor om op andere manieren hun cannabis te kopen (thuisbezorgers, andere dealers). Opvallend genoeg zegt 8% bij de invoering van de wietpas te zullen stoppen.

### **Het sociaal clubmodel**

De bekendheid van Utrechtse coffeeshopbezoekers met het sociaal clubmodel (of: de cannabisclub) verschilt per coffeeshop, maar over de volle breedte hebben twee op de drie bezoekers er nooit van gehoord. Toch zou – na korte uitleg van het model – 42% wel of misschien wel lid willen worden. Niet geheel verassend is de animo hiervoor groter onder wietrokers dan onder hasjrokers. Vooralsnog schatten we dat tussen 533 en 1670 cannabisgebruikers in Utrecht zouden willen deelnemen aan het sociaal clubmodel. Dat indiceert een behoorlijk draagvlak onder de lokale gebruikers. Het valt nu echter niet te zeggen hoeveel gebruikers daadwerkelijk lid worden wanneer de plannen doorgang zouden vinden.

De belangrijkste redenen om lid te willen worden hebben te maken met de kwaliteit (beter, niet vervuild, smaak, THC-gehalte). Daarnaast denken gebruikers dat de wiet dan goedkoper is. Ook spelen plezier in het zelf kweken en de gezelligheid mee. Winstbejag lijkt nauwelijks een rol te spelen.

De belangrijkste reden om geen lid van een cannabisclub te willen worden is – net als bij de bezwaren tegen de wietpas – gelegen in de afkeer van registratie. Daarnaast gaat men vaak liever naar de coffeeshop en vindt zelf kweken teveel gedoe.

Als de Utrechtse coffeeshopbezoekers zouden moeten kiezen tussen de wietpas en de cannabisclub, is de voorkeur gelijkelijk verdeeld, maar ruim de helft zegt geen van beide te willen. Als beide zouden worden ingevoerd en de bezoekers moeten kiezen, blijft nog steeds ruim de helft tegen, maar verschuift de keuze in de richting van de wietpas. Net als bij de wietpas zegt een fors deel er dan voor te kiezen om op andere manieren aan hun cannabis te zullen komen en een kleiner deel te zullen stoppen met blowen.

Niet-westerse coffeeshopbezoekers zijn veel minder dan westerse geporteerd voor de wietpas en de cannabisclub. De animo voor de cannabisclub is het grootst onder de (bijna) dagelijkse blowers en de 35-plussers.

### **Toeristen en de wietpas**

De geïnterviewde toeristen zijn iets jonger (gemiddeld 26.0 jaar) en iets vaker van het vrouwelijk geslacht (22%) dan de Utrechtse coffeeshopbezoekers. De overgrote meerderheid woont in een EU-land. De meeste toeristen in Utrechtse coffeeshops gebruiken ook in hun eigen land cannabis. Zij komen vaker naar de coffeeshop om er te zitten dan de Utrechtse coffeeshopbezoekers. Net als bij de Utrechtse coffeeshopbezoekers is er bij de toeristen niet veel draagvlak voor de wietpas.

Ongeveer tweederde zegt niet bereid te zijn om zich te laten registreren om een wietpas te kunnen verkrijgen – en degenen die het wel zouden doen, stellen vaak als voorwaarde dat zij daarmee naar verschillende coffeeshops mogen. Van deze weigeraars zegt een deel dan maar geen cannabis te zullen gebruiken, maar een veel groter deel denkt dan in Utrecht toch wel aan hasj of wiet te kunnen komen – via iemand met een wietpas, met een valse wietpas, op straat et cetera. Wordt aan de wietpas een wachttijd van 24 uur gekoppeld voordat je je eerste cannabis mag kopen, dan wordt animo nog minder en blijft één op de vijf over.

Afgaand op wat de toeristen in Utrechtse coffeeshops van de wietpas vinden, valt een daling in het toerisme te verwachten. Bijna de helft van de toeristen in Utrechtse coffeeshops zegt minder, veel minder of zelfs nooit meer naar Utrecht te zullen komen als de wietpas verplicht wordt. Wanneer toeristen helemaal uit coffeeshops geweerd zouden worden, neemt hun animo nog verder af en denkt bijna tweederde de stad minder, veel minder of zelfs helemaal niet meer te bezoeken.

### **Huidig en toekomstig koopgedrag**

Aangezien het onderzoek plaatsvond in coffeeshops, is het geen verrassing dat de geïnterviewde Utrechtse coffeeshopbezoekers hun cannabis ruim 9 van de 10 keer in de coffeeshop verkrijgen. In de andere gevallen is dat het vaakst bij vrienden en kennissen (die de hasj of wiet waarschijnlijk vaak zelf weer uit de coffeeshop hebben), minder bij een dealer of teler thuis of bij een 06-dealer (die het komt bezorgen). Aanschaf op straat komt zelden voor.

Het staat buiten kijf dat de invoering van de wietpas consequenties zal hebben. Tot op zekere hoogte kan het sociaal clubmodel soelaas bieden, maar dan voor een specifieke groep van vooral autochtone cannabisgebruikers.

Net als in Amsterdam is de meerderheid van de coffeeshopbezoekers tegen de wietpas. In welke mate zij dit volhouden als de wietpas daadwerkelijk wordt ingevoerd, valt niet met zekerheid te zeggen. Maar aannemelijk is wel dat een deel van de huidige coffeeshopklanten er zo veel moeite mee hebben om officieel als cannabisgebruiker te boek te staan, dat zij liever stoppen met blowen of uitwijken naar andere leveranciers. Het is de vraag in hoeverre degenen die zeggen te zullen stoppen, dit ook echt zullen doen. Intentie is immers geen garantie voor daadwerkelijke gedragsverandering. Dit geldt ook voor de verplaatsing van de cannabisverkoop. Het is aannemelijk dat verplaatsing zal ontstaan, maar onzeker is nu nog in welke mate en in welke vorm. Zoals de kaarten er nu voorliggen, is vooral verplaatsing naar thuiscircuits en bezorgdiensten te verwachten, maar uitbreiding naar de straathandel is zeker niet uit te sluiten.

## Literatuur

Groen, Open en Sociaal. Collegeprogramma 2010-2014. (2010).

*Handhaven en gedogen*(2005). In Stuiveling S. J. (Ed.), . 's-Gravenhage: SDU.

Korf, D. J., Doekhie, J. & Wouters, M. (2011). *Amsterdamse coffeeshops en hun bezoekers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Veiligheid en Justitie (VI) voor het jaar 2012. kst-33000-VI-2, (2011).

Kamerbrief d.d. 27 mei 2011. VGP/V 3060765, (2011).

Van Laar, M. W., Cruts, A. A. N., Van Ooyen-Houben, M. M. J., Meijer, R. F., Croes, E. A., Brunt, T., et al. (2011). *Nationale Drug Monitor. Jaarbericht 2010*. Utrecht: Trimbos-instituut.

Van Veelen, J. J., van Dijk, A. P., Ariëns, G. A. M., Verhoeff, A. P., Klaus-Meis, W. M. M., Van Ameijden, E. J. C., Berns, M. H. P., Schouten, G. M., Dijkshoorn, H., Bouwman-Notenboom, A. J. & Toet, J. (2009). *G4: op gezondheid uitgemeten. Over gezondheid en gezondheidsverschillen in de vier grote steden*. Den Haag: GG&GD Amsterdam, GGD Rotterdam-Rijnmond, OCW gemeente Den Haag, GG&GD Utrecht.