



Monitor eerste verplaatsing coffeeshops Amsterdam

B. Bieleman

R. Mennes

J. Snippe

INTRAVAL
Onderzoek en Advies

**MONITOR
EERSTE VERPLAATSING
COFFEESHOPS AMSTERDAM**

Maart 2015

INHOUDSOPGAVE

| | Pagina |
|---|-----------|
| Hoofdstuk 1 Inleiding | 1 |
| 1.1 Achtergrond | 1 |
| 1.2 Probleemstelling en onderzoeksvragen | 1 |
| 1.3 Onderzoeksopzet | 2 |
| 1.4 Leeswijzer | 3 |
| | |
| Hoofdstuk 2 Coffeeshop en bezoekers | 4 |
| 2.1 Coffeeshop | 4 |
| 2.2 Aantal bezoekers | 4 |
| 2.3 Achtergrondkenmerken bezoekers | 5 |
| 2.4 Redenen coffeeshopbezoek | 8 |
| | |
| Hoofdstuk 3 Overlast en onveiligheid | 11 |
| 3.1 Beschrijving omgeving | 11 |
| 3.2 Achtergrondkenmerken omwonenden | 12 |
| 3.3 Overlast | 14 |
| 3.4 Onveiligheid | 15 |
| 3.5 Slachtofferschap | 16 |
| 3.6 Politiecijfers | 17 |
| | |
| Hoofdstuk 4 Samenvatting en conclusies | 19 |
| 4.1 Bezoekers | 19 |
| 4.2 Overlast en onveiligheid | 20 |
| 4.3 Ten slotte | 20 |

1. INLEIDING

Dit rapport beschrijft de resultaten van de monitor van de eerste van de vijf coffeeshops die in het kader van de pilot verplaatsing coffeeshops worden verplaatst naar een nieuwe locatie in Amsterdam. In dit inleidende hoofdstuk behandelen we eerst kort de achtergrond van het onderzoek. Vervolgens worden de probleemstelling en onderzoeksvragen gepresenteerd. Het hoofdstuk sluit af met een leeswijzer.

1.1 Achtergrond

In de gemeente Amsterdam wordt momenteel de pilot verplaatsing coffeeshops uitgevoerd. In een experiment wordt enkele coffeeshops de mogelijkheid geboden te verplaatsen naar een nieuwe locatie in de stad. Door het uitvoeren en monitoren van een pilot wil de gemeente Amsterdam inzicht krijgen in de overlast van en de beeldvorming over de coffeeshops en nagaan welke voorwaarden kunnen worden gesteld om bij te dragen aan een kleinschalige, transparante en beheersbare branche, die verantwoordelijkheid neemt voor de omgeving en de risico's van cannabisgebruik. Op basis van de monitor wordt nagegaan wat de resultaten van de verplaatsing zijn. De gemeente Amsterdam heeft onderzoeks- en adviesbureau INTRAVAL opdracht gegeven voor het monitoren van de lokale (neven)effecten van het experiment. In dit rapport wordt de verplaatsing van de eerste van de vijf te verplaatsen coffeeshops behandeld.

1.2 Probleemstelling en onderzoeksvragen

Het verplaatsen van een coffeeshop heeft mogelijk gevolgen voor de bezoekers die er komen en de omwonenden op de nieuwe locatie. De monitor heeft als doel inzicht te geven in deze gevolgen. Daarom luidt de hoofdvraag als volgt:

Wat zijn de gevolgen van de verplaatsing van een coffeeshop naar een nieuwe locatie?

Deze hoofdvraag valt uiteen in een drietal deelvragen:

1. Heeft de coffeeshop op de nieuwe locatie nieuwe bezoekers, worden bestaande klanten meegenomen of is er sprake van nieuwe gebruikers?
- 2a. In welke mate ervaren omwonenden rond de nieuwe locatie overlast en in welke mate voelen zij zich (on)veilig?
- 2b. Wat is de aard van de overlast die door omwonenden wordt ervaren en in hoeverre speelt de coffeeshop daarbij een rol?

1.3 Onderzoeksopzet

Om inzicht te krijgen in mogelijke ontwikkelingen in de bezoekersstromen en de door omwonenden ervaren overlast en onveiligheidsgevoelens zijn in totaal drie metingen uitgevoerd, waarvoor verschillende onderzoeksactiviteiten zijn uitgevoerd (tabel 1.1).

Voorafgaand aan de verplaatsing is in maart 2013 de 0-meting verricht. Per mei 2013 is de coffeeshop verplaatst naar de nieuwe locatie. In november 2013 heeft de eerste vervolgmeting plaatsgevonden. Een jaar later is in dezelfde periode, november 2014, de tweede vervolgmeting uitgevoerd.

In alle metingen zijn enquêtes afgenomen onder de direct omwonenden van de nieuwe locatie (10 tot 15), terwijl eveneens op verschillende dagen (zowel weekdays als weekenddagen) en tijdstippen (van ochtend tot avond) per meting minstens 20 observaties zijn uitgevoerd (tabel 1.1). Bovendien zijn voor de eerste en tweede vervolgmeting respectievelijk 26 en 40 tellingen verricht van het aantal coffeeshopbezoeken, terwijl ook 85 enquêtes zijn afgenomen onder een representatieve steekproef van bezoekers van de coffeeshop. Daarnaast zijn over deze gehele periode, voor zowel de oude als de nieuwe locatie van de coffeeshop, politiecijfers opgevraagd.

Tabel 1.1 Onderzoeksactiviteiten per meting

| Periode | Meting | Onderzoeksactiviteiten (aantal) |
|---------------|----------------------|---|
| Maart 2013 | Nulmeting | - Observaties (21) - Enquêtes onder omwonenden (15) - Politiecijfers |
| November 2013 | Eerste vervolgmeting | - Observaties (22) - Enquêtes onder omwonenden (10) - Tellingen (26) - Enquêtes onder bezoekers (85) - Politiecijfers |
| November 2014 | Tweede vervolgmeting | - Observaties (20) - Enquêtes onder omwonenden (10) - Tellingen (40) - Enquêtes onder bezoekers (85) - Politiecijfers |

Significantie

In dit rapport wordt in de tekst en de figuren steeds aangegeven of een verschil significant is. Significantie is een term uit de waarschijnlijkheidsleer waarmee wordt aangegeven of een waargenomen verschil een echt verschil is of door toeval is ontstaan.

De standaardregel bij toetsing van significantie is het 95% betrouwbaarheidsinterval. Dit betekent dat wanneer we met 95% zekerheid kunnen zeggen dat een verschil niet ontstaan is door toeval, we mogen aannemen dat het verschil werkelijk bestaat. We staan dus 5% kans op toeval toe.

In de praktijk houdt dit in dat er een betrouwbaarheidsinterval wordt berekend rond een gevonden percentage. Wanneer de betrouwbaarheidsintervallen van twee gemeten percentages (bijvoorbeeld het percentage bewoners dat zich onveilig voelt in de nulmeting en het percentage dat zich onveilig voelt in de eerste vervolgmeting) elkaar niet overlappen spreken we van een significant verschil. We zijn er dan 95% zeker van dat het verschil tussen beide metingen een correcte weergave is van de werkelijkheid.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk twee schetsen we een beeld van de coffeeshop en de bezoekers op de nieuwe locatie. Vervolgens beschrijft hoofdstuk drie de ervaren overlast en onveiligheidsgevoelens van omwonenden van de coffeeshop op de nieuwe locatie. Met behulp van politiecijfers wordt ook de overlast op de oude locatie in kaart gebracht. In het laatste hoofdstuk worden, aan de hand van de onderzoeksvragen, de conclusies van de monitor gepresenteerd.

2. COFFEESHOP EN BEZOEKERS

In dit hoofdstuk schetsen we een beeld van de coffeeshop en de bezoekers op de nieuwe locatie. Eerst geven we een korte omschrijving van de coffeeshop. Vervolgens gaan we in op het aantal bezoekers van de coffeeshop, de achtergrondkenmerken van deze bezoekers en de redenen waarom zij juist deze coffeeshop bezoeken.

2.1 Coffeeshop

Het gaat om een kleine, modern ingerichte coffeeshop met zitgelegenheid die plaats biedt aan ongeveer 20 personen. Het reglement van de coffeeshop - zoals ook opgenomen in het beheersplan - hangt zichtbaar aan de muur. Alle tafels zijn voorzien van 'special herbs' waar klanten hun wiet mee kunnen mixen in plaats van met tabak. Daardoor kunnen zij hun joint, ondanks het rookverbod van tabak, toch in de coffeeshop roken. De coffeeshop heeft geen terras, maar er staat wel een houten bank voor de coffeeshop waar klanten kunnen zitten. Er heerst een gemoedelijke sfeer in de coffeeshop die - op de momenten dat de onderzoekers aanwezig zijn in de coffeeshop - nooit ongemakkelijk of agressief wordt.

2.2 Aantal bezoekers

Om het aantal bezoekers van de coffeeshop te schatten zijn op verschillende dagen en tijdstippen tellingen gehouden. Aan de hand van deze tellingen is een gemiddeld aantal bezoekers per dag vastgesteld.¹ Om deze schatting is een betrouwbaarheidsinterval berekend. Het werkelijke aantal bezoekers ligt met grote waarschijnlijkheid binnen dit interval. Op deze manier schatten we het aantal bezoekers tijdens de eerste vervolgmeting² tussen de 100 en 325 per dag (figuur 2.1). Bij de tweede vervolgmeting ligt dit tussen de 300 en 650 bezoeken per dag. Omdat de betrouwbaarheidsintervallen elkaar net overlappen kunnen we echter niet spreken van een significant verschil.

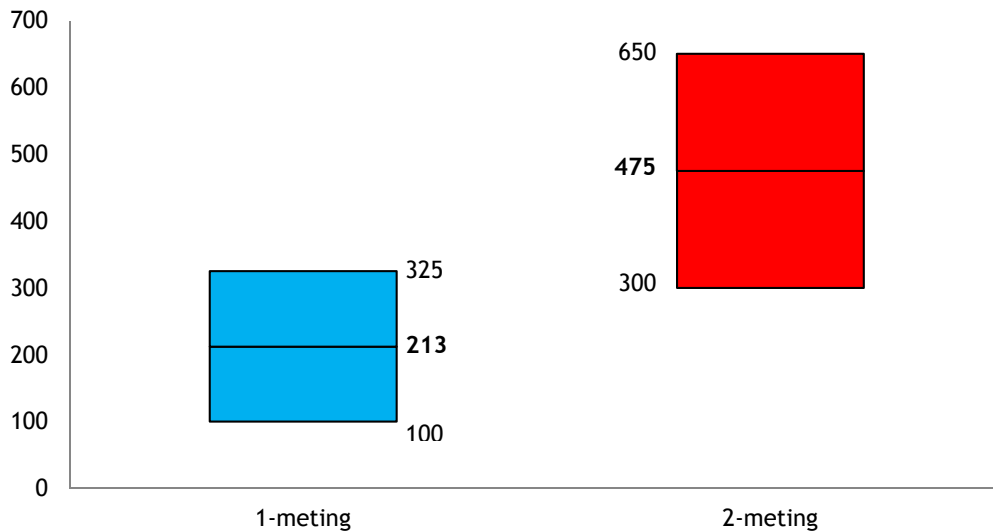
Overigens is het beeld van een toenemende trend wel in overeenstemming met hetgeen naar voren komt in de gesprekken met de eigenaresse van de coffeeshop. Zij

¹ Er is zowel doordeweeks als in het weekend geteld in vijf verschillende tijdvakken. Bovendien is gecorrigeerd voor eventuele oververtegenwoordiging van specifieke dagen en tijdstippen. Op deze manier is een representatieve schatting van het aantal bezoekers tot stand gekomen.

² Tijdens de nulmeting was de coffeeshop nog niet op de nieuwe locatie gevestigd. Er zijn toen dus ook geen bezoekers geteld en geënquêteerd. In de rest van dit hoofdstuk zal de nulmeting dus ook niet worden besproken.

geeft tijdens de tweede vervolgmeting aan dat de bezoekers haar beter weten te vinden dan bij de eerste vervolgmeting (net na de verplaatsing). Ook horen we van een deel van de bezoekers dat zij wel eens eerder in deze coffeeshop op de nieuwe locatie zijn geweest en vanwege de gezellige sfeer zijn teruggekeerd.

Figuur 2.1 Schatting van het aantal coffeeshopbezoeken per dag voor beide metingen met betrouwbaarheidsintervallen ($\alpha = 0,05$), in absolute aantallen

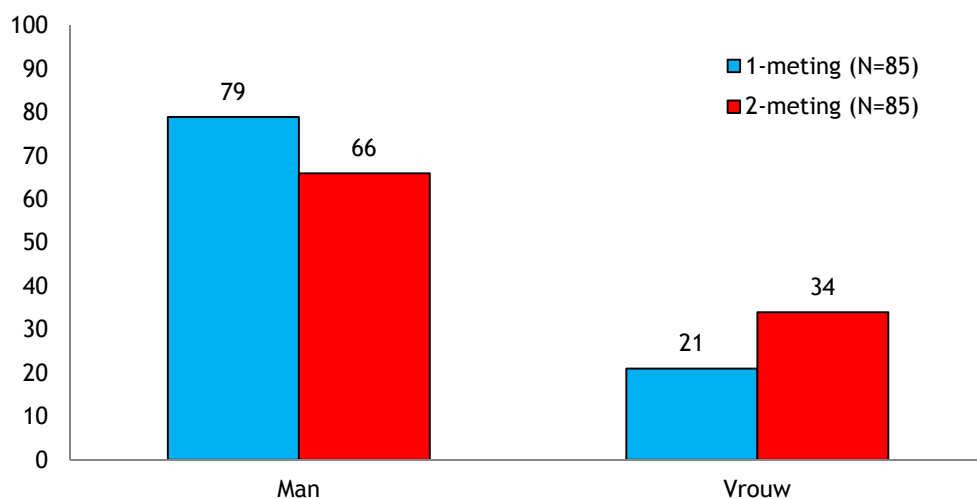


Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

2.3 Achtergrondkenmerken bezoekers

De coffeeshop trekt, net als de meeste coffeeshops, voornamelijk mannelijke bezoekers (79% bij de eerste vervolgmeting en 66% bij de tweede vervolgmeting). Voor geslacht vinden we geen significante verschillen tussen beide metingen (figuur 2.2).

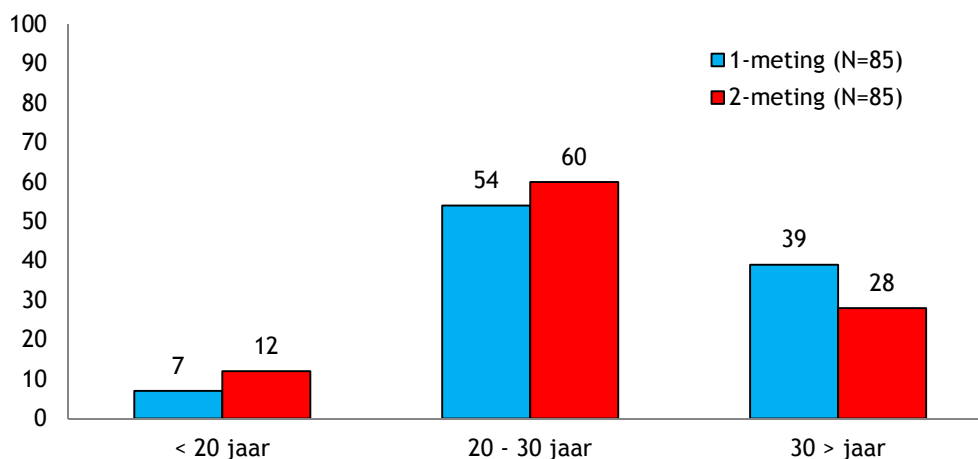
Figuur 2.2 Geslacht van geënquêteerde coffeeshopbezoekers per meting, in %



Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

Uit figuur 2.3 blijkt dat de meeste bezoekers tussen de 20 en 30 jaar oud zijn (54% bij de eerste vervolgmeting en 60% bij de tweede vervolgmeting). Ook komen er relatief veel bezoekers van boven de 30 jaar de shop bezoeken (39% bij de eerste vervolgmeting en 28% bij de tweede vervolgmeting). We treffen weinig bezoekers van onder de 20 jaar aan in de coffeeshop (7% bij de eerste vervolgmeting en 12% bij de tweede vervolgmeting). De verschillen tussen de metingen zijn niet significant.

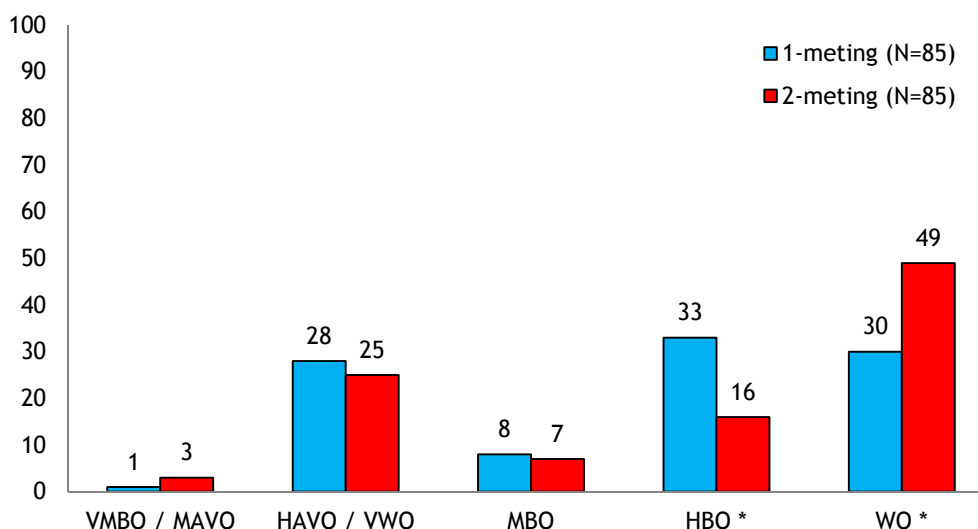
Figuur 2.3 Leeftijd van geënquêteerde coffeeshopbezoekers per meting, in %



Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

Verder blijken de bezoekers van de coffeeshop over het algemeen hoogopgeleid te zijn (figuur 2.4). Bij de eerste vervolgmeting heeft 63% (33% + 30%) van de bezoekers ten minste een HBO opleiding afgerond. Tijdens de tweede vervolgmeting is dit 65% (16% + 49%). Bij de eerste vervolgmeting hebben we meer bezoekers gesproken met een HBO opleiding, terwijl we tijdens de tweede vervolgmeting meer bezoekers met een WO opleiding hebben gesproken. Het verschil tussen beide metingen is significant.

Figuur 2.4 Opleidingsniveau van geënquêteerde coffeeshopbezoekers per meting, in %

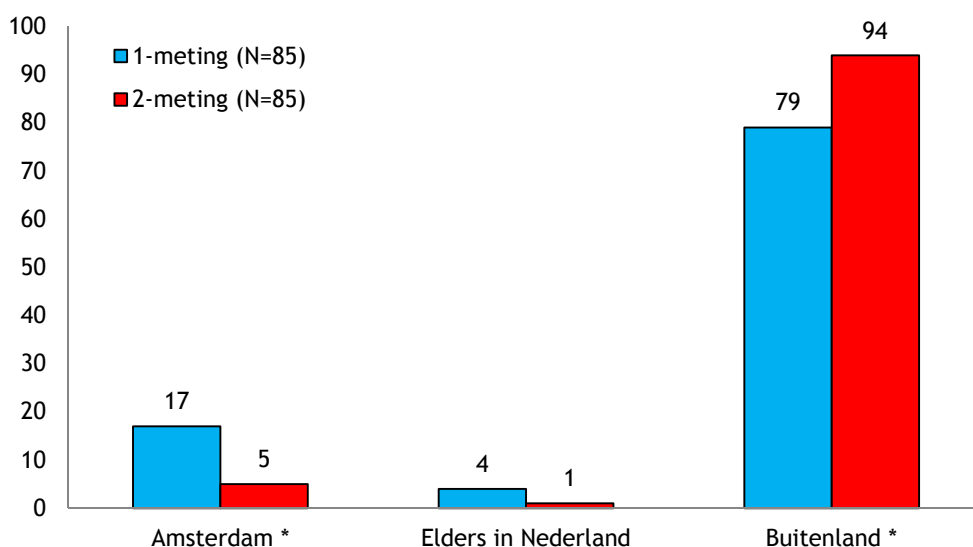


*Significant verschil ($p < 0,05$).

De coffeeshop wordt voornamelijk bezocht door personen die in het buitenland woonachtig zijn (figuur 2.5). Dit percentage stijgt bovendien significant van 79% bij de eerste vervolgmeting naar 94% bij de tweede vervolgmeting. Het blijkt met name te gaan om toeristen die, zodra zij in Amsterdam zijn aangekomen, zo snel mogelijk de dichtstbijzijnde coffeeshop hebben opgezocht en zijn binnengelopen. Het bezoeken van een coffeeshop is voor de meeste toeristen die we spreken een ervaring die hoort bij het bezoeken van de stad Amsterdam.

De bezoekers die in Nederland woonachtig zijn wonen vooral in Amsterdam. Het aantal coffeeshopbezoekers dat woonachtig is in Amsterdam daalt wel significant bij de tweede vervolgmeting ten opzichte van de eerste vervolgmeting, van 17% naar 5%. We treffen zowel bij de eerste als tweede vervolgmeting weinig coffeeshopbezoekers aan die elders in Nederland woonachtig zijn (4% tijdens de eerste vervolgmeting en 1% tijdens de tweede vervolgmeting).

Figuur 2.5 Woonplaats van geënquêteerde coffeeshopbezoekers per meting, in %

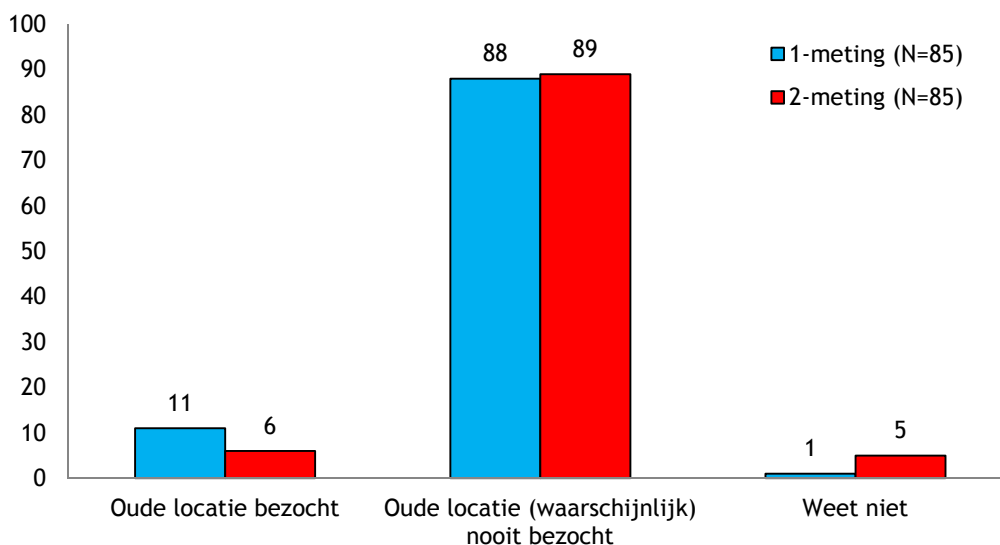


*Significant verschil ($p < 0,05$).

Het merendeel van de bezoekers is - voor zover zij weten - nooit op de oude locatie van de coffeeshop geweest (figuur 2.6). Dat is in overstemming met het feit dat de coffeeshop voornamelijk wordt bezocht door toeristen die niet zo vaak in Amsterdam komen. Wel geeft 25% van de bezoekers aan dat ze eerder op de nieuwe locatie zijn geweest en hier weer zijn teruggekeerd vanwege de goede ervaringen.

Enkele bezoekers - waaronder ook toeristen - geven aan ook op de oude locatie te zijn geweest (11% bij de eerste vervolgmeting en 6% tijdens de tweede vervolgmeting). De bezoekers die dit zeggen geven ook aan dat zij bewust weer naar deze coffeeshop zijn gekomen vanwege de goede ervaringen op de oude locatie.

Figuur 2.5 Bezoekers die de oude locatie van de coffeeshop bezocht hebben, in %



Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

2.4 Redenen coffeeshopbezoek

Aan de bezoekers van de coffeeshop is tevens gevraagd wat de reden is dat zij specifiek deze coffeeshop bezoeken. Daarbij zijn geen antwoordcategorieën voorgelegd. Aan bezoekers is hierover een open vraag gesteld waarbij de antwoorden die zijn gegeven letterlijk zijn genoteerd. Naderhand zijn al deze antwoorden door de onderzoekers in specifieke categorieën ondergebracht.³

De meest genoemde reden voor het brengen van een bezoek aan de coffeeshop is het feit dat personen 'toevallig in de buurt' zijn (figuur 2.7). Dit heeft hoofdzakelijk te maken met het feit dat de coffeeshop voornamelijk door toeristen wordt bezocht. De meeste van hen geven aan de eerste de beste coffeeshop binnen te stappen die hen aanspreekt. Het aanbieden van zitgelegenheid blijkt daarbij ook een rol te spelen. Daar gaan we later in deze paragraaf nader op in.

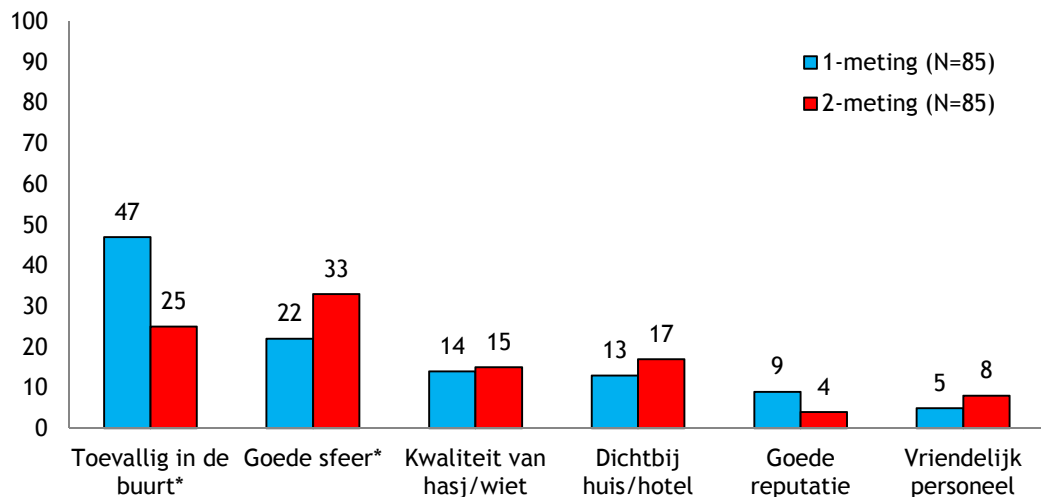
Het percentage bezoekers dat 'toevallig in de buurt zijn' als reden voor hun bezoek noemt daalt wel significant van 47% in de eerste vervolgmeting naar 25% in de tweede vervolgmeting. Daarentegen stijgt het aantal bezoekers dat aangeeft dat de goede sfeer de reden is voor hun bezoek. Dit stijgt significant van 22% in de eerste vervolgmeting naar 33% in de tweede vervolgmeting.

Andere redenen die bezoekers noemen voor het bezoeken van de shop zijn: dat de kwaliteit van de hasj/wiet die de shop verkoopt goed is; dat de shop dichtbij hun huis of hotel is; dat ze via vrienden of kennissen hebben gehoord dat de coffeeshop een

³ Sommige bezoekers geven bij het beantwoorden van de vraag aan dat zij meerdere redenen hebben om de coffeeshop te bezoeken. Hierdoor sommeert het totale aantal antwoorden tot boven de 100%.

goede reputatie heeft; en dat het personeel dat er werkt vriendelijk is. Het percentage bezoekers dat deze redenen voor hun bezoek noemt is niet of nauwelijks veranderd tussen de twee metingen.

Figuur 2.7 Reden van coffeeshopbezoek (spontaan genoemd), in %

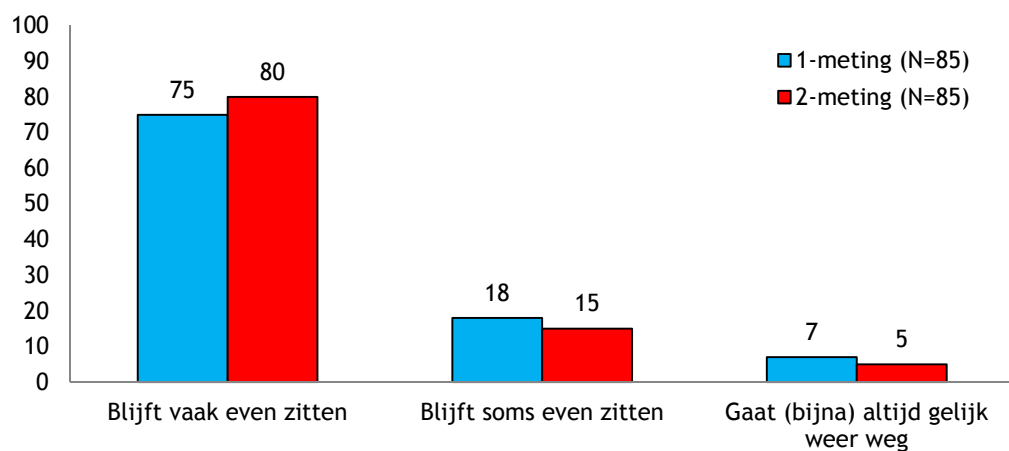


*Significant verschil ($p < 0,05$).

Verblijf in de coffeeshop

Het merendeel van de geënquêteerde coffeeshopbezoekers blijft na de aankoop van hasj of wiet ‘vaak’ (75% bij de eerste vervolgmeting en 80% tijdens de tweede vervolgmeting) of ‘soms’ (18% bij de eerste vervolgmeting en 15% tijdens de tweede vervolgmeting) even zitten in de coffeeshop (figuur 2.8). Dit is kenmerkend voor het type bezoeker dat deze coffeeshop trekt. Slechts een klein gedeelte van de bezoekers gaat (bijna) altijd gelijk weer weg na de aankoop van hasj of wiet (7% bij de eerste vervolgmeting en 5% tijdens de tweede vervolgmeting) en kan tot de zogenoemde pit-stoppers worden gerekend.

Figuur 2.8 Bezoekers die vaak of soms even blijven zitten of (bijna) altijd gelijk weer weggaan na de aankoop van hasj of wiet in de coffeeshop, in %

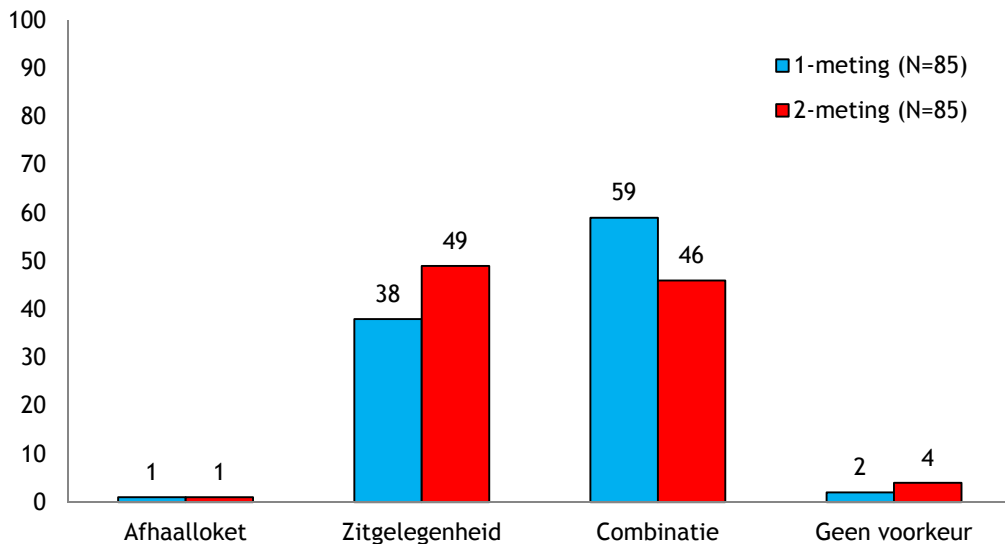


Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

Het aanbieden van zitgelegenheid blijkt - ondanks dat bezoekers het niet spontaan noemen als reden voor hun bezoek - een duidelijke rol te spelen in de beslissing van bezoekers om bij deze shop naar binnen te lopen. Zoals al eerder vermeld geven met name toeristen aan de eerste de beste coffeeshop binnen te stappen 'die ze aanspreekt'. Gaandeweg de gesprekken wordt duidelijk dat zij deze coffeeshop niet binnen waren gelopen als er geen zitgelegenheid was geweest.

Dat zien we terug in het antwoord dat de bezoekers geven op de vraag waar hun voorkeur naar uitgaat: een coffeeshop met alleen een afhaaloket, een coffeeshop met alleen zitgelegenheid of een coffeeshop met een combinatie van beiden (figuur 2.9). Het merendeel van de bezoekers heeft een voorkeur voor een shop met alleen zitgelegenheid (38% bij de eerste vervolgmeting en 49% tijdens de tweede vervolgmeting) of een combinatie van beiden (59% bij de eerste vervolgmeting en 46% tijdens de tweede vervolgmeting). Slechts een enkele bezoeker (1% bij beide metingen) prefereert een coffeeshop met alleen een afhaaloket.

Figuur 2.9 Voorkeur van bezoekers voor afhaaloket versus zitgelegenheid, in %



Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

3. OVERLAST EN ONVEILIGHEID

In dit hoofdstuk geven we een beschrijving van de ontwikkelingen in aard en omvang van de door omwonenden ervaren overlast en onveiligheid. We beginnen met een korte beschrijving van de directe omgeving van de coffeeshop en enkele (achtergrond)kenmerken van de bewoners.

3.1 Beschrijving omgeving

De coffeeshop is gevestigd in het centrum van Amsterdam aan de Amstel. Aan beide kanten van de straat zijn parkeervakken gerealiseerd. Hier staan regelmatig taxichauffeurs te wachten op hun klanten en zo nu en dan parkeert er een vrachtwagen om te laden en te lossen. Bij de gracht is een bank geplaatst waar mensen veelvuldig gebruik van maken. Verder wordt het straatbeeld gekenmerkt door een grote hoeveelheid fietsen en scooters die op de stoep ‘geparkeerd’ staan.

In de directe omgeving van de coffeeshop vinden we slechts een handjevol ‘vaste’ omwonenden. Veel panden zijn zogenoemde ‘short stays’ voor de vele toeristen die naar Amsterdam komen. Sommige van de panden hebben dan ook geen bel, waarschijnlijk omdat toeristen die niet nodig hebben. Verder zitten er in de straat enkele winkels, kleine supermarkten en andere horecagelegenheden.

Observaties

Op verschillende dagen en tijdstippen is in de omgeving van de coffeeshop geobserveerd. Daarbij hebben we voorbijgangers en rondhangende personen geteld, maar ook gekeken of er in de directe omgeving van de coffeeshop mogelijk overlastgevend gedrag voorkomt.

Het grootste gedeelte van de personen die we observeren zijn willekeurige voorbijgangers. Voor alle metingen geldt dat er in vijf minuten gemiddeld tussen de 20 en 30 personen de ingang van de coffeeshop passeren. Dit relatief hoge aantal is te verklaren door het feit dat de coffeeshop in het centrum van Amsterdam gelegen is.

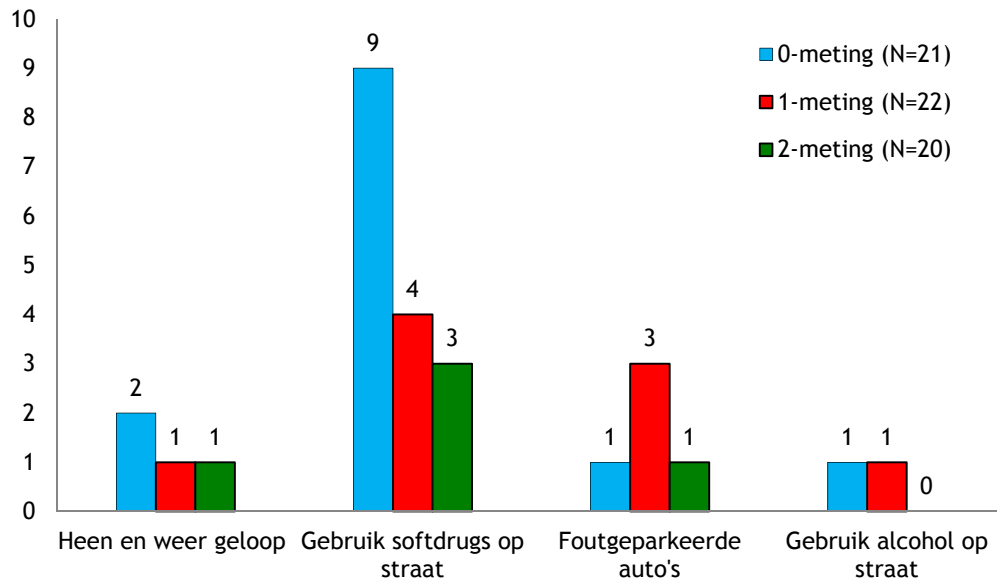
Er hangen in de directe omgeving van de coffeeshop ook personen rond, maar de aanwezigheid van deze personen in de straat lijkt niets te maken hebben met de coffeeshop. Het gaat bijvoorbeeld om mensen die langs de gracht of op de bank tegenover de shop zitten, taxichauffeurs die op hun klanten staan te wachten en mensen die een praatje maken of langdurig staan te bellen.

Zoals gezegd, is ook gekeken naar voorvallen die op straat in de omgeving van de coffeeshop plaatsvinden die bij de omwonenden tot overlast kunnen leiden. Het meest voorkomende voorval is het gebruik van softdrugs op straat. Tijdens de nulmeting, op

het moment dat de coffeeshop er nog niet was gevestigd, constateren we negen keer dat er softdrugs op straat gebruikt wordt (figuur 3.1). Na opening van de coffeeshop zien we dit minder vaak (respectievelijk vier keer tijdens de eerste vervolgmeting en drie keer tijdens de tweede vervolgmeting). Het verschil is echter niet significant. Andere voorvallen - zoals heen- en weergeloop van personen, fout geparkeerde auto's en gebruik van alcohol op straat - zijn tijdens het observeren slechts sporadisch waargenomen.

Een aantal voorvallen is nooit geobserveerd door de onderzoekers. Het gaat om het handelen in drugs op straat, auto's met luide muziek, ruziemakende personen, schreeuwende personen, personen die mensen aanspreken op straat, personen die non-verbaal contactleggen met mensen en urineren op straat. Daarentegen zijn fietsen en scooters buiten de rekken in alle gevallen geobserveerd, maar dit is inherent aan de locatie waar de coffeeshop is gevestigd.

Figuur 3.1 Voorvallen die mogelijk overlast veroorzaken in de omgeving van coffeeshop per meting, in absolute aantallen



Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

3.2 Achtergrondkenmerken omwonenden

De omwonenden die aan de enquête hebben meegedaan zijn voornamelijk mannen. In de nulmeting zijn 13 van de 15 man (87%). In de eerste vervolgmeting is 80% man en in de tweede vervolgmeting 50%. De gemiddelde leeftijd van de omwonenden is in alle metingen begin 40 jaar (41 tot 43 jaar). De jongste omwonende is 21 jaar en de oudste 80 jaar. Vrijwel alle omwonenden hebben betaald werk (tussen 80% en 90%). Een enkeling studeert of is met pensioen. De meesten wonen in een huurwoning (70%). De overige bewoners zijn eigenaar van hun woning (30%).

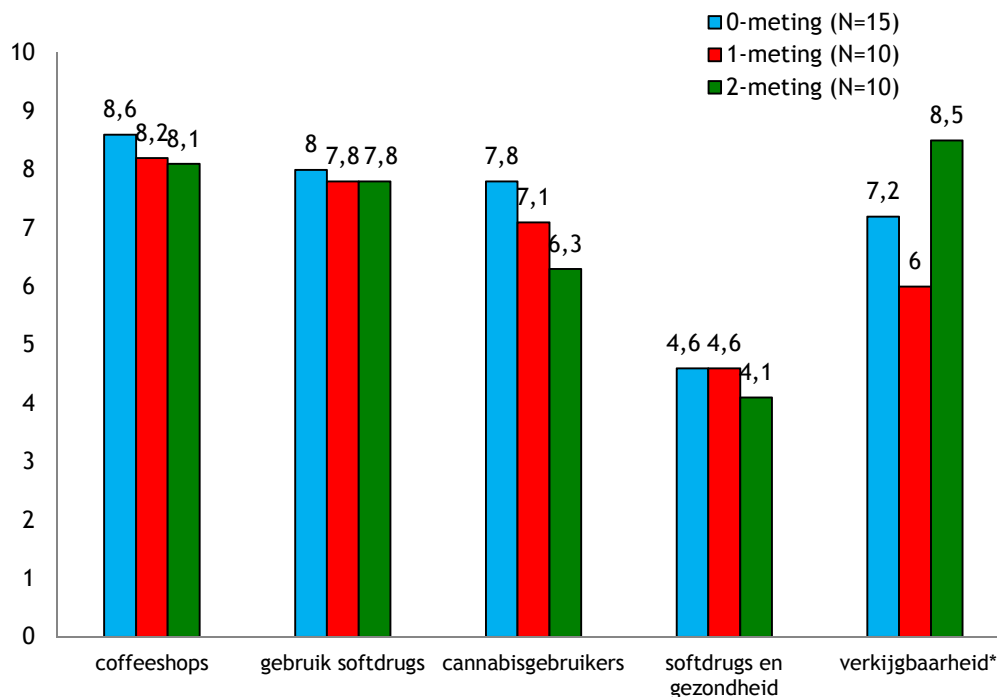
Mening over coffeeshops en softdrugs

De omwonenden zijn overwegend positief over coffeeshops en het gebruik van hasj en wiet. Uit figuur 3.2 blijkt dat zij op een schaal van 1 tot 10 coffeeshops waarderen met een ruime acht en het gebruik van hasj en wiet met (bijna) een acht. Relatief veel omwonden blijken zelf ook softdrugs te gebruiken of te hebben gebruikt. Tenminste de helft van de omwonenden (50% tot 70%) geeft aan zelf wel eens softdrugs te hebben gebruikt.

Ondanks de relatief hoge prevalentie van cannabisgebruik onder omwonenden, lijken zij gemiddeld genomen wat minder positief te zijn over de gebruikers van softdrugs dan over het gebruik zelf of over coffeeshops. In de achtereenvolgende metingen daalt hun waardering van cannabisgebruiker van een 7,8, naar een 7,1 tot een 6,3. Deze daling is echter niet significant.

De mening van de bewoners over de verkrijgbaarheid van softdrugs is significant veranderd. Op een schaal van 1 zeer moeilijk verkrijgbaar tot een 10 zeer eenvoudig verkrijgbaar scoorden de bewoners in de nulmeting een 7,2. In de eerste vervolgmeting waren de bewoners van mening dat softdrugs minder makkelijk verkrijgbaar zijn (6,0), terwijl zij in de tweede vervolgmeting van mening zijn dat softdrugs op eenvoudigere wijze te verkrijgen zijn (8,5).

Figuur 3.2 Mening omwonenden over coffeeshops, gebruik softdrugs, cannabisgebruikers, gebruik softdrugs en gezondheid en verkrijgbaarheid softdrugs, op een schaal van 1 (negatief) tot 10 (positief)

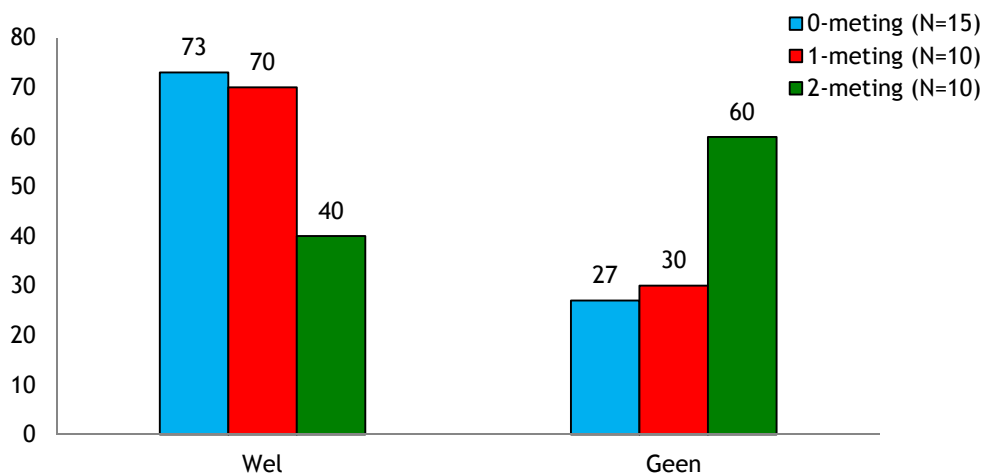


*Significant verschil met eerste vervolgmeting $p < 0,05$.

3.3 Overlast

Het percentage omwonenden van de coffeeshop dat overlast ervaart is vooral in de nul- en de eerste vervolgmeting aan de hoge kant (figuur 3.3). Bij de nulmeting - als de coffeeshop er nog niet is gevestigd - ervaart 73% van de omwonenden overlast, terwijl dat tijdens de eerste vervolgmeting - wanneer de coffeeshop er wel is gevestigd - 70% is. Dit verschil is niet significant. Tijdens de tweede vervolgmeting is het percentage nog lager, namelijk 40%. Ook dit percentage verschilt echter niet significant van de vorige twee metingen.

Figuur 3.3 Bewoners die wel en geen overlast ervaren in hun woonomgeving, in %



Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

Spontaan genoemd

Wanneer we de bewoners die overlast ervaren vragen wat de aard van die overlast is, dan noemen zij spontaan voornamelijk de overlast van het drukke verkeer in de straat en het lawaai dat dit met zich mee brengt. Niet alleen lawaai afkomstig van het verkeer (bijvoorbeeld toeterende taxi's) leidt tot overlast bij de bewoners. Ze geven ook aan geluidsoverlast te hebben van schreeuwende personen, dronken personen of toeristen.

Enkele bewoners zijn heel specifiek in het benoemen van de overlast die zij ervaren: bijvoorbeeld van dronken mensen op straat in bepaalde zomermaanden; problemen met alcoholgebruik; en personen die urineren en kotsen in de portiek van hun woning. Anderen klagen over de grote hoeveelheid fietsen in de straat en het gebrek aan mogelijkheden om je fiets te stallen. Verder ervaren enkele bewoners geluidsoverlast van muziek. Vooral 'harde muziek van boten en uit auto's', maar ook 'muziek van een restaurant'.

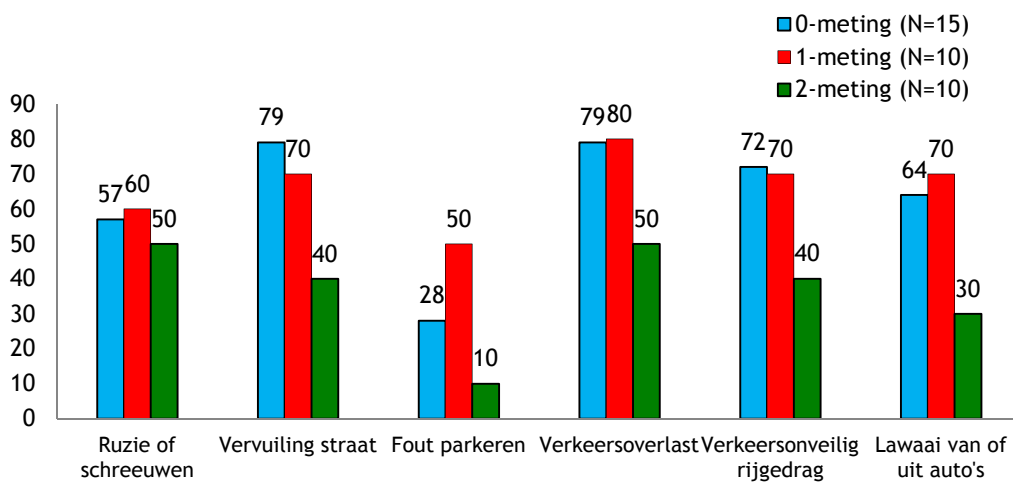
In alle metingen is er slechts één omwonende die aangeeft overlast te hebben ervaren van de coffeeshop, omdat er 'tot laat op de avond muziek wordt gespeeld'. Enkele bewoners hebben last van drugsdealers in de straat. Op elke vrijdag en zaterdag zijn die er volgens hen. Die zijn door de onderzoekers overigens niet geobserveerd.

Vragen naar specifieke voorvallen

Wanneer we de bewoners specifieke voorvallen voorleggen en vragen of zij daar last van hebben gehad dan blijken zij vooral last te hebben van verkeer, vervuiling van de straat, verkeersonveilig rijgedrag en lawaai van of uit auto's (figuur 3.4). Ook van ruziënde of schreeuwende personen op straat ervaart een deel van de bewoners overlast. Van fout geparkeerde voertuigen hebben bewoners minder last gehad.

In de tweede vervolgmeting is het percentage bewoners dat overlast van de genoemde voorvallen ervaart consequent lager. Het verschil met de nul- en eerste vervolgmeting is echter niet significant.

Figuur 3.4 Ervaren vormen van overlast door bewoners, in %

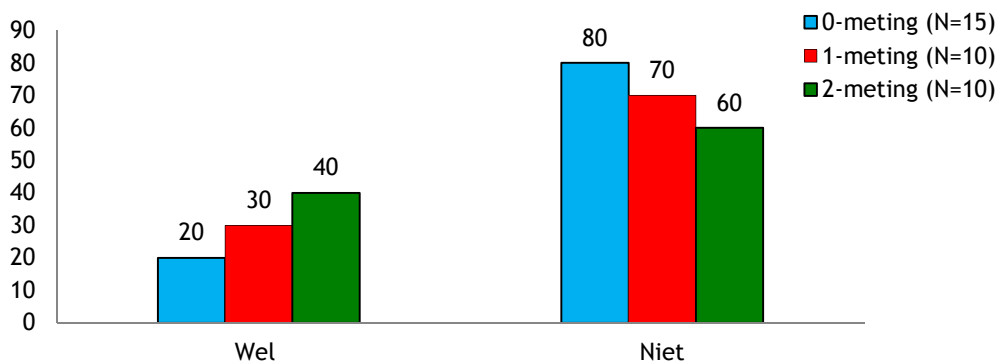


Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

3.4 Onveiligheid

Van de omwonenden voelt een meerderheid zich nooit onveilig (figuur 3.5). Tussen de metingen doen zich hierin geen verschillen voor.

Figuur 3.5 Bewoners die zich wel of niet onveilig voelen in hun directe woonomgeving, in %

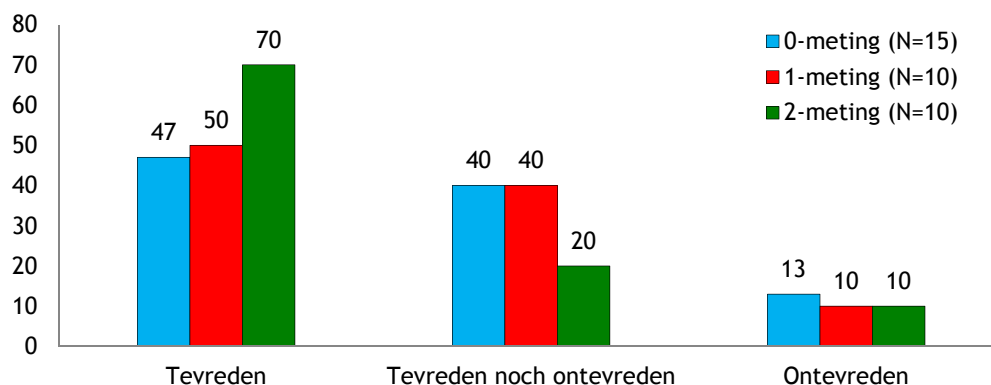


Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

Mening over politie en gemeente

Omwonenden zijn doorgaans tevreden over de activiteiten die politie en gemeente ondernemen tegen de overlast in hun woonomgeving. De tevredenheid onder omwonenden is het hoogst in de tweede vervolgmeting: 70% van de bewoners is tevreden (figuur 3.6). Het percentage omwonenden dat ontevreden is over de activiteiten die politie en gemeente ondernemen om overlast tegen te gaan, ligt in alle drie metingen rond de 10%.

Figuur 3.6 Bewoners die tevreden, tevreden noch tevreden en ontevreden zijn over de activiteiten die de politie en gemeente ondernemen, in %

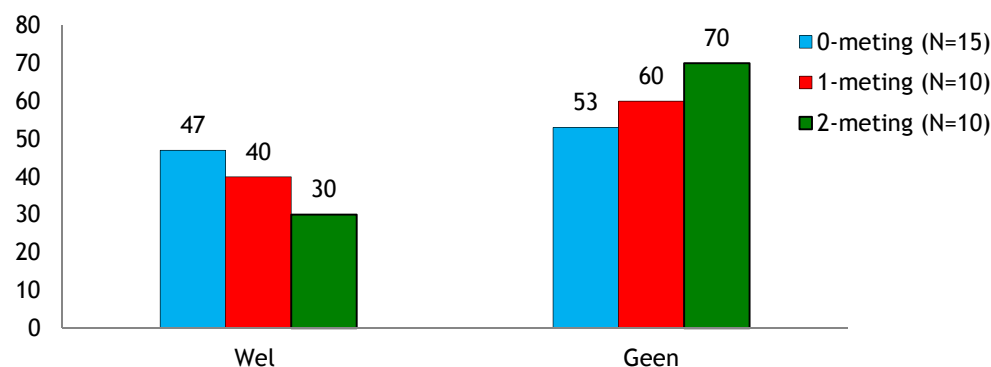


Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

3.5 Slachtofferschap

Het percentage bewoners dat het afgelopen half jaar slachtoffer is geweest van een misdrijf is niet significant veranderd. In de nulmeting is bijna de helft van de omwonenden (47%) slachtoffer geweest (figuur 3.7). In de tweede vervolgmeting is het percentage slachtoffers onder de omwonenden 30%. In beide metingen betreft het vooral diefstallen uit de woning en vernielingen aan de woning, auto of fiets. Slachtofferschap van geweld, zoals mishandeling en bedreiging, is vrijwel niet voorgekomen. Eén bewoner geeft aan verbaal te zijn bedreigd.

Figuur 3.7 Bewoners die in het afgelopen jaar wel of geen slachtoffer zijn geworden van criminaliteit, in %



Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

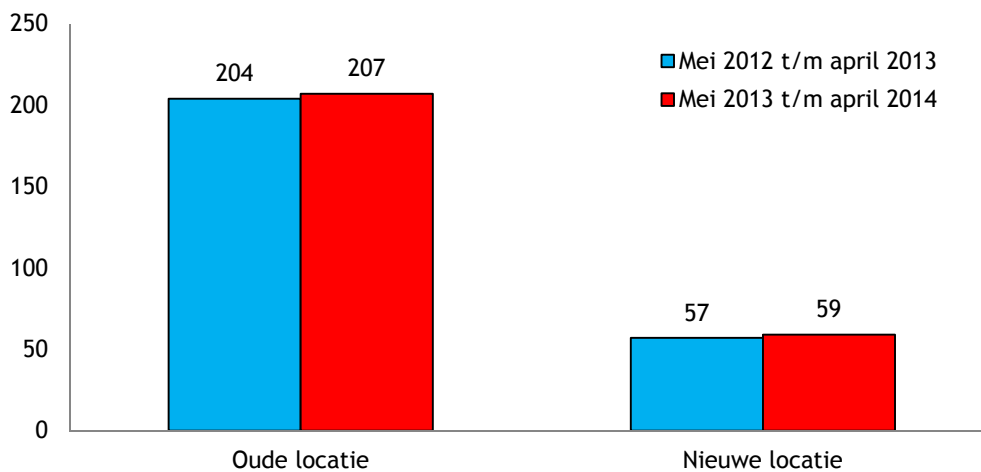
3.6 Politiecijfers

Naast de enquête onder omwonenden van de coffeeshop op de nieuwe locatie zijn tevens politiecijfers opgevraagd. Het gaat om bij de politie geregistreerde incidenten¹ en meldingen.² Er is voor gekozen om het aantal incidenten en meldingen een jaar voor en een jaar na de verplaatsing in mei 2013 op te tellen en te vergelijken. Dit is gedaan voor zowel de oude als de nieuwe locatie.

Uit figuur 3.8 blijkt dat het aantal geregistreerde incidenten tussen de twee periodes nauwelijks afwijkt voor zowel de oude als nieuwe locatie. Op de oude locatie werden een jaar voor de verplaatsing 204 incidenten geregistreerd. Na de verplaatsing is dit nagenoeg gelijk: 207. Op de nieuwe locatie zijn een jaar voor de verplaatsing 57 incidenten. Na de verplaatsing registreert de politie ook hier praktisch hetzelfde aantal incidenten: 59.

Het aantal incidenten ligt op de oude locatie een stuk hoger dan op de nieuwe locatie. Dit is waarschijnlijk te verklaren door het feit dat de oude locatie is gelegen in het Wallengebied van Amsterdam.

Figuur 3.8 Aantal bij de politie geregistreerde incidenten per locatie een jaar voor en een jaar na de verplaatsing, in absolute aantallen

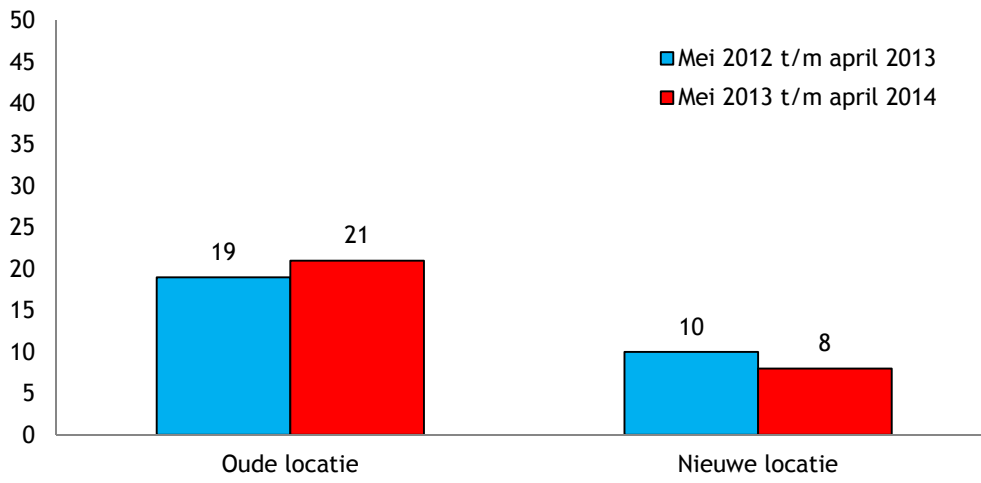


Het aantal meldingen ligt een stuk lager dan het aantal incidenten (figuur 3.9). Bij de politie komen voor de oude locatie een jaar voor de verplaatsing 19 meldingen binnen. Een jaar na de verplaatsing is dit nagenoeg ongewijzigd. In deze periode komen er 21 meldingen binnen. Voor de nieuwe locatie komen een jaar voor de verplaatsing 10 meldingen binnen. Ook hier is het aantal meldingen een jaar na de verplaatsing met 8 nauwelijks veranderd.

¹ Bij incidenten gaat het enerzijds om ‘hoofdincidenten’ zoals bedreiging, straatroof en vernieling en anderzijds om ‘subincidenten’ zoals hinderlijk drankgebruik, wildplassen en samenscholing.

² Bij meldingen gaat het om niet-spoed meldingen zoals geluidsoverlast, overlast door jongeren of personen en situaties die door bewoners worden gezien als verdacht.

Figuur 3.9 Aantal bij de politie geregistreerde meldingen per locatie een jaar voor en een jaar na de verplaatsing, in absolute aantallen



4. SAMENVATTING EN CONCLUSIES

In de gemeente Amsterdam wordt momenteel de pilot verplaatsing coffeeshops uitgevoerd. In een experiment wordt enkele coffeeshops de mogelijkheid geboden te verplaatsen naar een nieuwe locatie in de stad. Het verplaatsen van een coffeeshop heeft mogelijk gevolgen voor de bezoekers en de omwonenden van de coffeeshop op de nieuwe locatie.

De gemeente Amsterdam heeft onderzoeks- en adviesbureau INTRAVAL opdracht gegeven voor het monitoren van de lokale (neven)effecten van het experiment. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste bevindingen puntsgewijs besproken. Dit doen we eerst voor de bezoekers van de coffeeshop en daarna voor de door omwonenden ervaren overlast en onveiligheidsgevoelens. Ten slotte behandelen we de hoofdvraag naar de gevolgen van de verplaatsing van de coffeeshop naar de nieuwe locatie.

4.1 Bezoekers

Heeft de coffeeshop op de nieuwe locatie nieuwe bezoekers, worden bestaande klanten meegenomen of is er sprake van nieuwe gebruikers?

- De gemiddelde bezoeker van de coffeeshop is een hoogopgeleide mannelijke toerist van tussen de 20 en 30 jaar oud. Hij geeft duidelijk de voorkeur aan een coffeeshop waar in ieder geval zitgelegenheid aanwezig is en blijft dan ook even zitten in de coffeeshop na de aankoop van hasj of wiet.
- Ondanks dat het verschil tussen de twee metingen niet significant is, lijkt het aantal bezoekers van de coffeeshop aan te trekken. De voornaamste redenen voor de bezoekers om bij de shop naar binnen te lopen zijn het feit dat zij ‘toevallig in de buurt zijn’ en de goede sfeer die in de coffeeshop hangt.
- De shop heeft niet zozeer bestaande klanten meegenomen, maar put voornamelijk uit de grote hoeveelheid toeristen die Amsterdam als stad trekt. Wel zijn er bezoekers die aangeven terug te zijn gekomen bij deze coffeeshop vanwege goede eerdere ervaringen.

4.2 Overlast en onveiligheid

- *In welke mate ervaren omwonenden rond de nieuwe locatie overlast en in welke mate voelen zij zich (on)veilig?*
- *Wat is de aard van de overlast die door omwonenden wordt ervaren en in hoeverre speelt de coffeeshop daarbij een rol?*

- Het percentage bewoners dat overlast ervaart is relatief hoog. Dit lijkt vooral samen te hangen met het feit dat het om woningen in het centrum van Amsterdam gaat, waar veel mensen wonen, veel verkeer rijdt en veel horecagelegenheden zijn.
- Wanneer bewoners spontaan antwoord geven op de vraag waarvan zij overlast ervaren dan noemen zij vooral het drukke verkeer en geluidsoverlast van personen en voertuigen op straat. Ook maken zij melding van toeterende taxi's en schreeuwende, vaak dronken personen. Volgens sommige bewoners zijn het vooral toeristen die veel lawaai maken.
- Wanneer we de bewoners naar specifieke voorvallen vragen dan scoren naast de al genoemde verkeer- en geluidsoverlast, ook vervuiling van de straat en verkeeronveilig rijgedrag relatief hoog als veroorzakers van de overlast.
- Slechts één van de omwonenden brengt de ervaren overlast in verband met de coffeeshop. Deze bewoner zegt wel eens last te hebben van de muziek die in de coffeeshop wordt afgespeeld.
- Tussen de metingen doen zich niet of nauwelijks veranderingen voor in de vormen van overlast. Ook de veiligheidsbeleving van de bewoners en hun slachtofferschap van criminaliteit is vrijwel onveranderd gebleven. Verder laten de politiecijfers weinig verschillen zien een jaar voor en een jaar na de verplaatsing. Dit geldt voor zowel de oude als de nieuwe locatie van de coffeeshop.

4.3 Ten slotte

Wat zijn de gevolgen van de verplaatsing van een coffeeshop naar een nieuwe locatie?

- Het vestigen van de coffeeshop op de nieuwe locatie heeft er niet toe geleid dat er meer overlast is op deze locatie. Bovendien is de invloed van de aanwezigheid van de coffeeshop op de door omwonenden ervaren overlast relatief gering.

COLOFON

Maart 2015

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever

Tekst: B. Bieleman, R. Mennes, J. Snippe
Opmaak: M. Haaijer
Drukker: Copy-Copy Groningen
Opdrachtgever: Gemeente Amsterdam

ISBN: 978 90 8874 191 3

© St. INTRAVAL

Postadres

Postbus 1781
9701 BT Groningen
E-mail info@intraval.nl

www.intraval.nl

Kantoor Groningen
St. Jansstraat 2C
Telefoon 050 - 313 40 52
Fax 050 - 312 75 26

Kantoor Rotterdam
Goudsesingel 68
Telefoon 010 - 425 92 12
Fax 010 - 476 83 76

