



Monitor Tweede verplaatsing coffeeshops Amsterdam

R. Mennes

E. Cankor

B. Bieleman

INTRAVAL
Onderzoek en Advies

**MONITOR
TWEEDE VERPLAATSING
COFFEESHOPS AMSTERDAM**

Februari 2017

INRAVAL
Groningen-Rotterdam

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 | 5 |
| 2.1 Coffeeshop | 5 |
| 2.2 Achtergrondkenmerken bezoekers | 5 |
| 2.3 Redenen bezoek | 7 |
| | |
| Hoofdstuk 3 Overlast en onveiligheid | 11 |
| 3.1 Observaties | 11 |
| 3.2 Mening over coffeeshops en softdrugs | 13 |
| 3.3 Overlast | 14 |
| 3.4 Onveiligheid | 15 |
| 3.5 Slachtofferschap | 16 |
| 3.6 Politiecijfers | 16 |
| | |
| Hoofdstuk 4 Samenvatting en conclusies | 19 |
| 4.1 Coffeeshop en 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 tweede 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.

1.2 Probleemstelling en onderzoeksvragen

Het verplaatsen van een coffeeshop heeft mogelijk gevolgen voor de bezoekers, de omwonenden en de medewerkers van de bedrijven (omwerkenden) 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 omwerkenden rond de nieuwe locatie overlast en in welke mate voelen zij zich (on)veilig?
- 2b. Wat is de aard van de overlast die door omwerkenden 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 omwerkenden ervaren overlast en onveiligheidsgevoelens zijn in totaal drie metingen uitgevoerd. Hiervoor hebben we verschillende onderzoeksactiviteiten uitgevoerd (tabel 1.1).

Voorafgaand aan de verplaatsing is in november 2014 de nulmeting verricht. Per juni 2015 is de coffeeshop verplaatst naar de nieuwe locatie. In december 2015 heeft de eerste vervolgmeting plaatsgevonden. Een jaar later hebben we in dezelfde periode, december 2016, de tweede vervolgmeting uitgevoerd.

In alle drie metingen is bij bedrijven die rondom de nieuwe locatie van de coffeeshop zijn gevestigd een enquête afgenomen bij een leidinggevende of een medewerker die gedurende de hele week op de locatie in de directe omgeving van de coffeeshop werkt (figuur 1.1).¹ Onder de deelnemers aan deze enquête zijn voornamelijk mannen. Het gaat in de drie metingen om respectievelijk 17, 15 en 12 enquêtes. Tevens zijn in de achtereenvolgende drie metingen op verschillende dagen (zowel weekdays als weekenddagen) en tijdstippen (van ochtend tot en met avond) respectievelijk 22, 38 en 30 observaties uitgevoerd. In de eerste en tweede vervolgmeting hebben we ook enquêtes afgenomen onder bezoekers van de coffeeshop op de nieuwe locatie. In de eerste vervolgmeting nemen 32 coffeeshopbezoekers deel aan het onderzoek, terwijl dit er in de tweede vervolgmeting 30 zijn. Ook zijn politiecijfers (overlastmeldingen en misdrijven) over zowel de oude als de nieuwe locatie verzameld en geanalyseerd.

Tabel 1.1 Onderzoeksactiviteiten per meting

| Periode | Meting | Onderzoeksactiviteiten (aantal) |
|---------------|---------------------------------|--|
| November 2014 | Nulmeting (0-meting) | - Observaties (22) - Enquêtes onder omwerkenden (17) - Politiecijfers |
| December 2015 | Eerste vervolgmeting (1-meting) | - Observaties (38) - Enquêtes onder omwerkenden (15) - Enquêtes onder bezoekers (32) - Politiecijfers |
| December 2016 | Tweede vervolgmeting (2-meting) | - Observaties (30) - Enquêtes onder omwerkenden (12) - Enquêtes onder bezoekers (30) - Politiecijfers |

¹ Er zijn in een straal van 100 meter rond de nieuwe locatie van de coffeeshop uitsluitend bedrijven gevestigd. Het gaat in totaal om 38 bedrijven. Hierdoor is het absolute aantal afgenomen enquêtes relatief laag in vergelijking met andere, soortgelijke monitoren waar (veel) meer woningen en/of bedrijven rondom de betreffende coffeeshop zijn gevestigd.

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 beschrijven we in hoofdstuk drie de ervaren overlast en onveiligheidsgevoelens van omwerkenden op de nieuwe locatie van de coffeeshop. Ook brengen we met behulp van politiecijfers de overlast op zowel de oude als de nieuwe locatie in kaart. In het laatste hoofdstuk presenteren we, aan de hand van de onderzoeksvragen, puntsgewijs de conclusies van de monitor.

2. COFFEESHOP EN BEZOEKERS

In dit hoofdstuk schetsen we een beeld van de coffeeshop en de bezoekers op de nieuwe locatie. We beginnen met een korte omschrijving van de coffeeshop. Vervolgens gaan we in op de achtergrondkenmerken van de bezoekers en de redenen waarom zij deze coffeeshop bezoeken. Omdat de nulmeting voor de opening van de coffeeshop op de nieuwe locatie heeft plaatsgevonden, zijn tijdens deze meting geen coffeeshopbezoekers geënquêteerd. In dit hoofdstuk bespreken we daarom alleen de resultaten van de eerste en tweede vervolgmeting. Deze hebben respectievelijk een half jaar en anderhalf jaar na de opening van de coffeeshop op de nieuwe locatie plaatsgevonden.

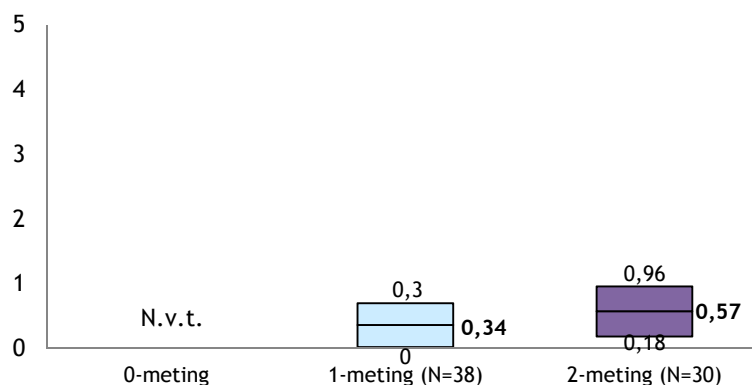
2.1 Coffeeshop

Het gaat om een kleine coffeeshop die op de nieuwe locatie gevestigd is op een bedrijventerrein in een (rustig) havengebied. De coffeeshop is vanaf een afstand te zien door de opvallende groene kleur waarin het pand is geschilderd. Er is (beperkte) zitgelegenheid in de coffeeshop. In hetzelfde pand is ook een restaurant gerealiseerd, maar deze is vanuit de coffeeshop niet bereikbaar. Aan de achterzijde van het pand ligt een terras en een grote parkeerplaats.

2.2 Bezoekers

Uit de door ons uitgevoerde tellingen blijkt dat het gemiddeld aantal coffeeshopbezoekers op de nieuwe locatie per observatie (van 5 minuten) 0,34 is, terwijl dit in de tweede vervolgmeting op 0,57 ligt (figuur 2.1). Het verschil tussen de metingen is niet significant. Tijdens de nulmeting konden geen bezoekers worden waargenomen, omdat de coffeeshop dan nog niet geopend is op de nieuwe locatie.

Figuur 2.1 Aantal coffeeshopbezoekers per observaties met bijbehorende betrouwbaarheidsmarges per meting

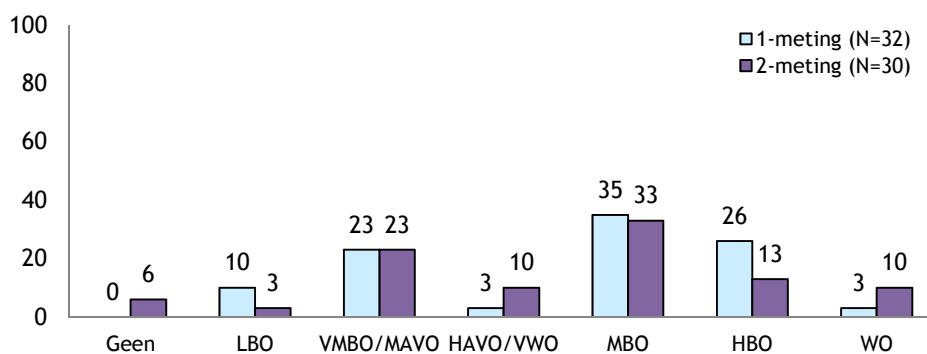


Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

De coffeeshop trekt overwegend mannelijke bezoekers. In de eerste vervolgmeting is 94% van de respondenten man, terwijl in de tweede vervolgmeting uitsluitend mannen aan het onderzoek hebben deelgenomen. De gemiddelde leeftijd van de coffeeshopbezoekers ligt in beide vervolgmetingen tussen de 30 en 32 jaar. In de eerste vervolgmeting is de jongste bezoeker 18 jaar oud en de oudste 58, terwijl in de tweede vervolgmeting de jongste bezoeker 19 jaar oud is en de oudste 57.

In beide vervolgmetingen heeft het grootste deel van de coffeeshopbezoekers een MBO opleiding afgerond (figuur 2.2). Het gaat om respectievelijk 35% en 33% van de respondenten. Tussen de metingen doen zich in het opleidingsniveau van de coffeeshopbezoekers nauwelijks verschillen voor.

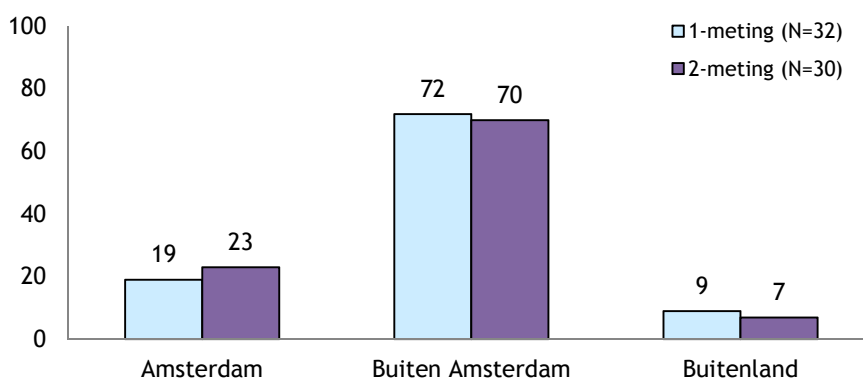
Figuur 2.2 Opleidingsniveau coffeeshopbezoekers, per meting, in %



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

Uit figuur 2.3 blijkt dat de coffeeshop in de beide metingen op de nieuwe locatie voornamelijk wordt bezocht door personen die buiten Amsterdam woonachtig zijn: respectievelijk 72% en 70%. Een minderheid van de bezoekers in zowel de eerste als de tweede vervolgmeting woont in Amsterdam. Het gaat om respectievelijk 19% en 23% van de bezoekers. Slechts enkele bezoekers geven aan dat zij in het buitenland woonachtig zijn: respectievelijk 9% en 7%.

Figuur 2.3 Woonplaats coffeeshopbezoekers, per meting, in %



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

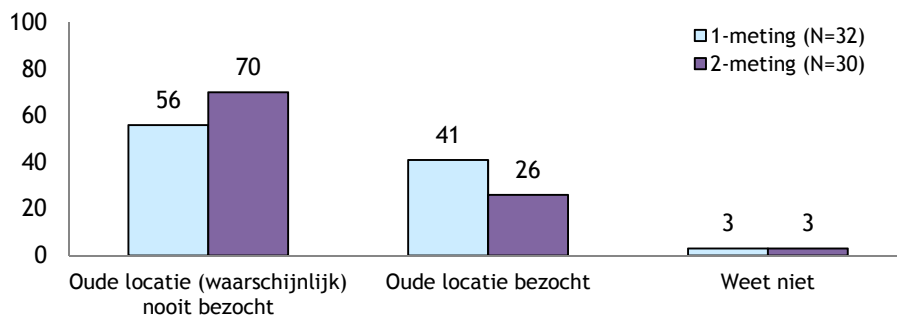
De eerste verplaatsing van een coffeeshop in het kader van de pilot – naar de periferie van het centrum van Amsterdam – laat zien dat deze met name wordt bezocht door

inwoners van Amsterdam en buitenlandse bezoekers. De tweede coffeeshop – die in dit onderzoek centraal staat en buiten het centrum gevestigd is – lijkt dus een ander soort bezoeker te trekken.

De coffeeshopbezoekers komen in beide metingen voornamelijk met de auto of op de motor naar de coffeeshop: respectievelijk 81% en 90%. De overige bezoekers komen te voet, op de fiets of op de brommer of scooter. Het hoge percentage bezoekers dat met de auto of op de motor komt heeft waarschijnlijk te maken met de ligging van de coffeeshop, namelijk nabij een snelweg en gemakkelijk bereikbaar met deze vervoersmiddelen.

Het merendeel van de bezoekers is (waarschijnlijk) niet op de oude locatie van de coffeeshop geweest (figuur 2.4). Van de bezoekers geeft 56% in de eerste vervolgmeting en 70% in de tweede vervolgmeting geeft aan de coffeeshop op de oude locatie (waarschijnlijk) nooit bezocht te hebben. Overigens geeft het grootste deel van de bezoekers in de beide metingen aan dat het niet de eerste keer is dat ze deze coffeeshop bezoeken: 81% en 87%. Alle bezoekers hebben al wel eens eerder een coffeeshop bezocht.

Figuur 2.4 Coffeeshopbezoekers die de oude locatie van de coffeeshop hebben bezocht, per meting, in %



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

2.3 Redenen bezoek

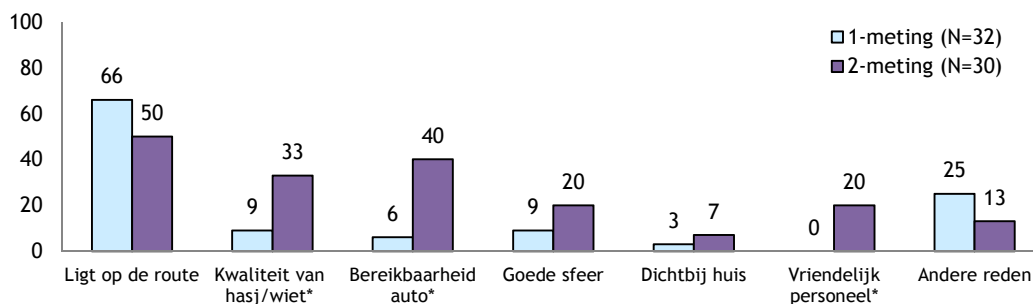
Aan bezoekers van de coffeeshop is de vraag gesteld wat de reden is dat zij hier kopen. De spontane antwoorden die bezoekers opnoemen zijn door de onderzoekers in categorieën onderverdeeld. Hierbij noemen sommige bezoekers meerdere redenen op voor het bezoeken van deze coffeeshop, waardoor het totaal aantal antwoorden optelt tot boven de 100%.

Twee derde van de bezoekers in de eerste vervolgmeting (66%) en de helft van de bezoekers in de tweede vervolgmeting geven als reden op dat de coffeeshop op de route ligt naar huis, school of werk (figuur 2.5). De goede bereikbaarheid van de coffeeshop met de auto wordt in de eerste vervolgmeting door 6% van de bezoekers als reden opgegeven. In de tweede vervolgmeting neemt het aantal coffeeshopbezoekers dat zegt dat de coffeeshop goed bereikbaar is met de auto toe tot

40%. Deze toename komt overeen met de bevinding dat het grootste deel van de bezoekers in beide metingen buiten Amsterdam woonachtig is.

Daarnaast is er in de tweede vervolgmeting sprake van een toename van het aantal bezoekers dat aangeeft voor de goede kwaliteit van hasj of wiet naar de coffeeshop te komen. Het percentage stijgt van 9% naar 33%. Het percentage bezoekers dat zegt dat het vriendelijke persoon de reden is om naar de coffeeshop te komen is 20% in de tweede vervolgmeting, terwijl dit in de eerste vervolgmeting door geen enkele bezoeker wordt genoemd.

Figuur 2.5 Redenen coffeeshopbezoek (meerdere antwoorden mogelijk), per meting, in%

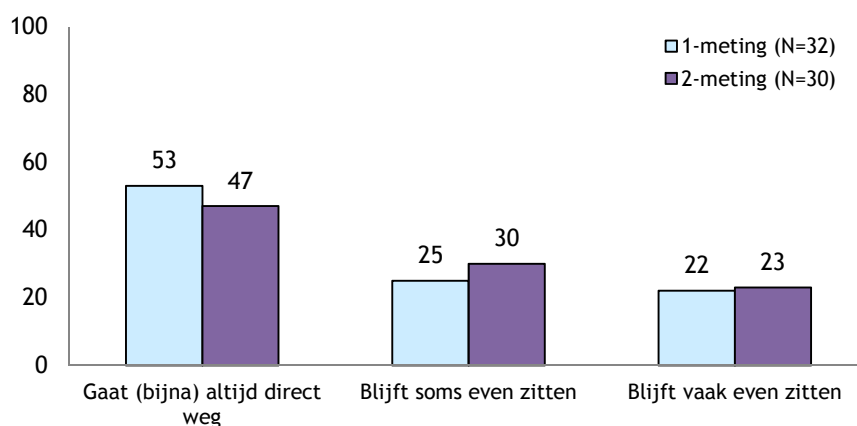


*Significant verschil tussen de metingen ($p < 0,05$).

Verblijf in de coffeeshop

De bevraagde coffeeshopbezoekers blijven doorgaans niet hangen in de coffeeshop. Van de coffeeshopbezoekers in de eerste vervolgmeting gaat 53% (bijna) altijd direct weg na de aankoop van hasj of wiet, terwijl 47% van de bezoekers dit in de tweede vervolgmeting aangeeft (figuur 2.6). In beide metingen geven minder bezoekers aan dat zij blijven zitten na een aankoop in de coffeeshop. In beide metingen geven respectievelijk 25% en 30% aan soms even te blijven zitten, terwijl respectievelijk 22% en 23% dit vaak doet. De meest waarschijnlijke verklaringen hiervoor zijn dat de zitgelegenheid in de coffeeshop beperkt is en dat de shop naast een snelweg op een industrieterrein gelegen is.

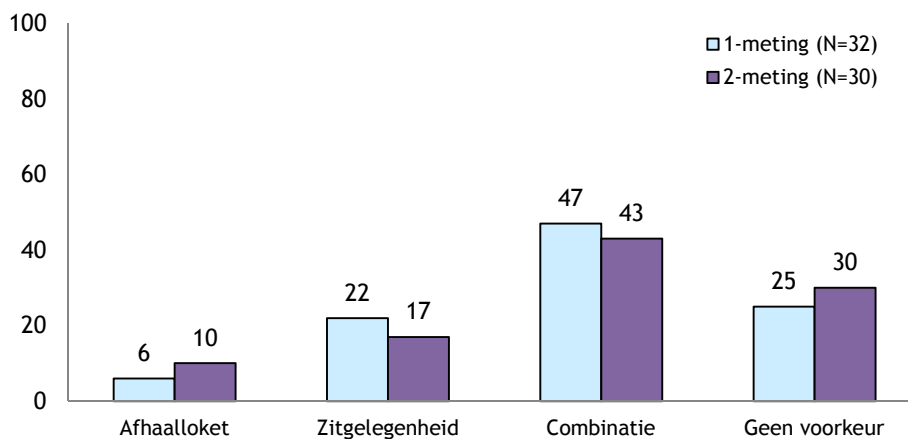
Figuur 2.6 Percentage coffeeshopbezoekers dat blijft zitten versus dat direct weg gaat na de aankoop van hasj of wiet, per meting



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

Aan coffeeshopbezoekers is tevens de vraag gesteld of hun voorkeur uitgaat naar een coffeeshop met alleen een afhaaloket, een shop met alleen zitgelegenheid of één met een combinatie van beide (figuur 2.7). In beide vervolgmetingen geeft het grootste deel van de coffeeshopbezoekers aan een voorkeur te hebben voor een combinatie van zowel een afhaaloket als de mogelijkheid om te zitten. Het gaat om respectievelijk 47% en 43% van de bezoekers. In beide metingen geeft respectievelijk 25% en 30% aan geen voorkeur te hebben. De geringste voorkeur gaat uit naar een afhaaloket Dit zegt respectievelijk 6% en 10% van de bezoekers.

Figuur 2.7 Voorkeur van coffeeshopbezoekers voor een coffeeshop met alleen een afhaaloket, alleen zitgelegenheid of een combinatie van beiden, in %



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

Ondanks dat de voorkeur van de meeste bezoekers uitgaat naar een coffeeshop met zowel een afhaaloket als zitgelegenheid, geeft meer dan de helft van de coffeeshopbezoekers op een andere vraag het antwoord dat zij alleen een coffeeshop met een afhaalbalie zouden bezoeken. Het gaat in beide metingen om respectievelijk 59% en 73% van de bezoekers. Dit in combinatie met de eerdere bevinding – dat het grootste deel van de bezoekers van de coffeeshop aangeeft (bijna) altijd direct weg te gaan na de aankoop van hasj of wiet – wijst erop dat het soort bezoeker dat deze coffeeshop trekt een zitgelegenheid bijzaak lijkt te vinden.

3. OVERLAST EN ONVEILIGHEID

In dit hoofdstuk bespreken we de ontwikkelingen in aard en omvang van de door omwerkenden ervaren overlast en onveiligheid. Aan de hand van onze observaties behandelen we de directe omgeving van de coffeeshop, waarbij we ingaan op de vormen van potentieel overlastgevend gedrag die we hebben waargenomen. Vervolgens gaan we in op de houding van omwerkenden ten aanzien van coffeeshops en softdrugs. In de daaropvolgende paragrafen behandelen we de door omwerkenden ervaren overlast en onveiligheid en de mate van slachtofferschap van criminaliteit tijdens de drie metingen. Het hoofdstuk eindigt met het aantal bij de politie geregistreerde incidenten en meldingen van overlast rondom de nieuwe en oude locatie van de coffeeshop.

3.1 Observaties

Zoals eerder vermeld is de shop aan het begin van een bedrijventerrein gevestigd. Afgezien van enkele grote vrachtwagens die langs de shop rijden, is het op de nieuwe locatie rustig in de omgeving van de coffeeshop. Naast de coffeeshop bevindt zich één kleine winkel en een pand van de brandweer. Verder zijn er op het terrein uitsluitend grote bedrijven gevestigd. De coffeeshop is goed bereikbaar per auto: vanaf de nabij gelegen snelweg kan men de afrit nemen om het bedrijventerrein op te rijden. Na de opening van de coffeeshop op de nieuwe locatie is een parkeerplaats naast de shop gerealiseerd. Deze was er tijdens de nulmeting nog niet, maar wel tijdens de eerste en tweede vervolgmeting.

Op verschillende dagen en tijdstippen hebben we rondom de nieuwe locatie van de coffeeshop genoteerd wat er gedurende vijf minuten gebeurt. Hierbij zijn onder andere het aantal voorbijgangers, coffeeshopbezoekers en rondhangende personen geteld in een afgebakend observatiegebied. Daarnaast is gelet op verschillende vormen van potentieel overlastgevend gedrag die in het gebied voorkomen.

Vorbijgangers en rondhangende personen

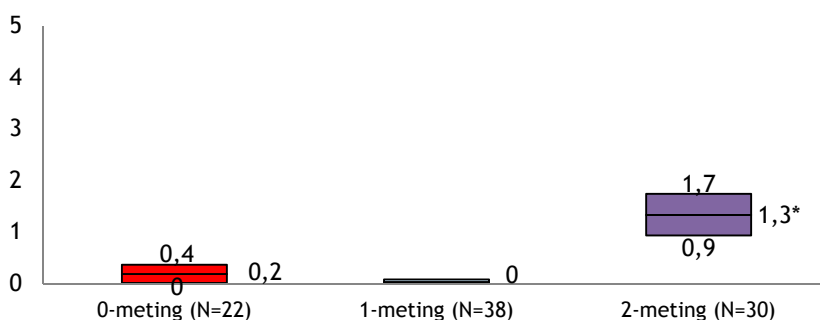
Uit de observaties komt een zeer rustig straatbeeld naar voren. In de nulmeting is in geen enkele observatie een voorbijganger waargenomen, terwijl het gemiddelde in de twee vervolgmetingen beide onder de één ligt. Voor het aantal rondhangende personen in de buurt van de coffeeshop geldt eveneens dat deze in alle metingen vrijwel niet zijn waargenomen. Als er rondhangende personen worden geobserveerd zijn dit meestal medewerkers van omliggende bedrijven.

Foutgeparkeerde auto's, fietsen en scooters

Tijdens de observaties hebben we tevens gelet op verschillende vormen van potentieel overlastgevend gedrag in de omgeving van de coffeeshop. Het aantal foutgeparkeerde

auto's blijkt te zijn toegenomen in de tweede vervolgmeting ten opzichte van de twee eerdere metingen. Het gaat in de nul- en eerste vervolgmeting gemiddeld om respectievelijk 0,2 en geen enkele auto, terwijl het gemiddelde in de tweede vervolgmeting op 1,3 ligt. Het zijn zowel klanten van de coffeeshop als personen die hun auto foutparkeren maar de coffeeshop niet bezoeken. Sommige coffeeshopbezoekers parkeren hun auto aan de voorkant van de coffeeshop, terwijl hier geen gemarkeerde parkeerplaatsen zijn.

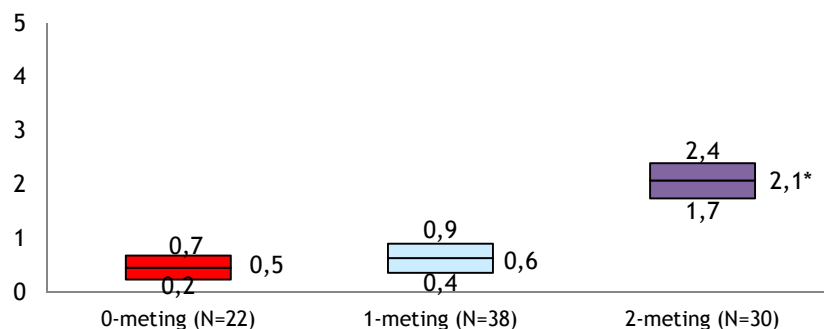
Figuur 3.1 Gemiddeld aantal foutgeparkeerde auto's per observatie op de nieuwe locatie van de coffeeshop met bijbehorende betrouwbaarheidsmarges



*Significant verschil met de voorgaande metingen ($p < 0,05$).

Ook het aantal fietsen en scooters dat buiten de daarvoor bestemde rekken zijn geplaatst is toegenomen in de tweede vervolgmeting ten opzichte van de twee eerdere metingen (figuur 3.2). Deze toename kan worden verklaard doordat er een gebrek is aan rekken waar personen hun fiets of scooter kunnen stallen.

Figuur 3.2 Gemiddeld aantal fietsen en scooters buiten de rekken per observatie op de nieuwe locatie van de coffeeshop met bijbehorende betrouwbaarheidsmarges



*Significant verschil met de voorgaande metingen ($p < 0,05$).

Potentieel overlastgevend gedrag

Er zijn nagenoeg geen vormen van potentieel overlastgevend gedrag waargenomen in de drie metingen. Alleen in de tweede vervolgmeting is twee keer een heen- en weer lopend persoon geobserveerd. De overige vormen waar we op hebben gelet zijn niet waargenomen. Het gaat om: het gebruik van hasj of wiet op straat, handel op straat (uitwisselen van spullen), rondhangende personen op scooters, luide muziek uit

stilstaande auto's, ruziemakende personen, schreeuwende personen, personen die voorbijgangers of omwerkenden aanspreken, personen die non-verbaal contact leggen met voorbijgangers, urineren op straat en alcohol drinken op straat.

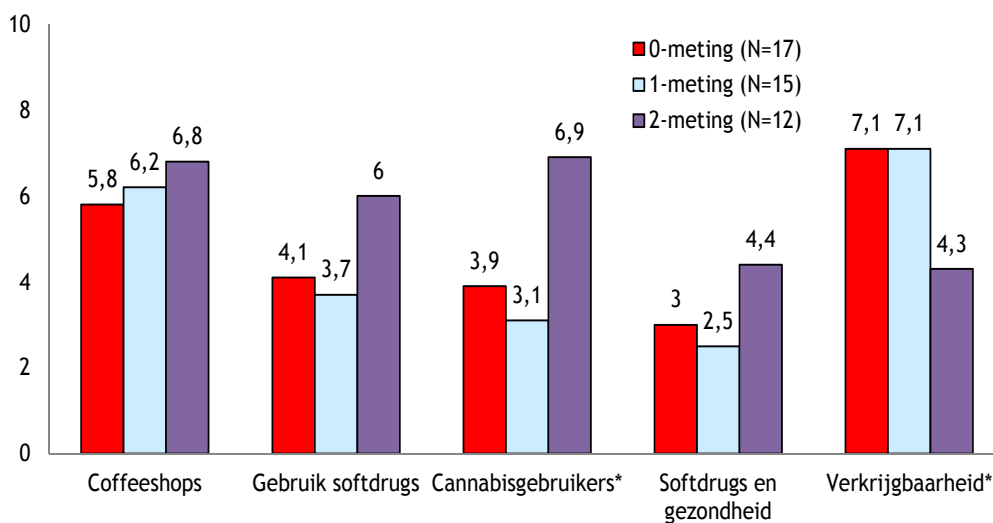
3.2 Mening over coffeeshops en softdrugs

In de achtereenvolgende metingen waarden omwerkenden coffeeshops op een schaal van 1 tot en met 10 met respectievelijk een 5,8, een 6,2 en een 6,8 (figuur 3.3). Hierbij merken enkele omwerkenden tijdens de twee vervolgmetingen op dat ze in het begin sceptisch waren over de komst van de coffeeshop in de buurt, maar daar nu anders over denken.

Omwerkenden staan in de loop der tijd positiever tegenover gebruikers van softdrugs. Tijdens de nul- en eerste vervolgmeting worden softdrugsgebruikers met een onvoldoende gewaardeerd (respectievelijk 3,9 en 3,1), terwijl softdrugsgebruikers in de tweede vervolgmeting een significant hogere score van 6,9 krijgen. Ook de mening van omwerkenden over de algemene verkrijgbaarheid van softdrugs verschilt in de tweede vervolgmeting significant ten opzichte van de voorgaande metingen. Terwijl omwerkenden in de nul- en eerste vervolgmeting aangeven dat softdrugs in het algemeen eenvoudig te verkrijgen zijn (7,1), geven ze in de tweede meting aan dat softdrugs in het algemeen lastig te verkrijgen zijn (4,3).

In de mening van omwerkenden ten aanzien van het gebruik van softdrugs en het gebruik van softdrugs voor de gezondheid doen zich tussen de drie metingen geen significante verschillen voor.

Figuur 3.3 Mening omwerkenden over coffeeshops, gebruik softdrugs, cannabisgebruikers, gebruik softdrugs en gezondheid en verkrijgbaarheid softdrugs, op een schaal van 1 (negatief) tot 10 (positief)



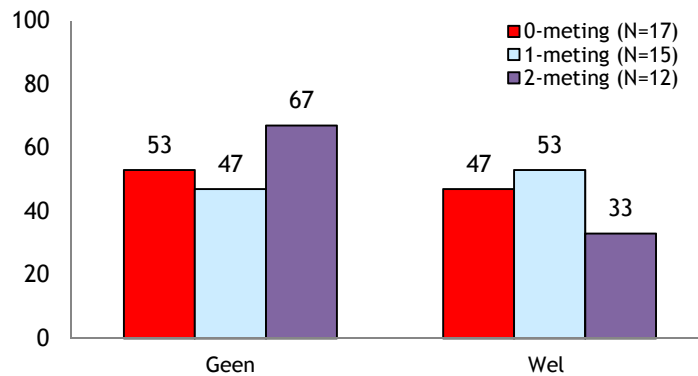
*Significant verschil tussen de metingen ($p < 0,05$).

Het aantal omwerkenden dat aangeeft zelf softdrugs te gebruiken of te hebben gebruikt is niet significant veranderd. In de nulmeting geeft 47% van de omwerkenden aan softdrugs te gebruiken of te hebben gebruikt, in de eerste en tweede vervolgmeting is dit respectievelijk 27% en 42%.

3.3 Overlast

Tussen de metingen is weinig veranderd in het aantal omwerkenden dat wel eens overlast heeft ervaren in hun directe werkomgeving in de afgelopen zes maanden (figuur 3.4). In de nul- en eerste vervolgmeting heeft ongeveer de helft van de omwerkenden (respectievelijk 47% en 53%) overlast ervaren, terwijl het in de tweede vervolgmeting gaat om 33% van de omwerkenden.

Figuur 3.4 Aantal omwerkenden dat in de afgelopen zes maanden wel of geen overlast heeft ervaren in de werkomgeving, in %



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

Aard overlast

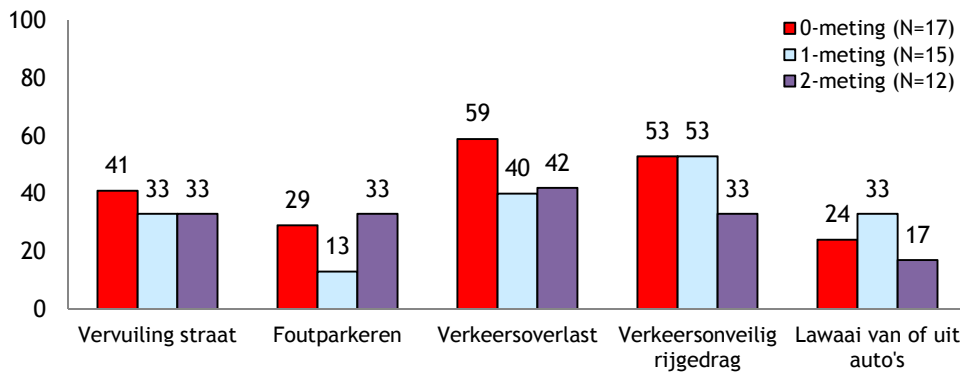
Aan de omwerkenden die hebben aangegeven overlast te ervaren is vervolgens gevraagd wat de aard van die overlast is. De spontaan door hen gegeven antwoorden zijn door de onderzoekers letterlijk genoteerd en vervolgens gecategoriseerd. Geen enkele omwerkende relateert de ervaren overlast aan de coffeeshop.

Tijdens de nulmeting worden verkeersopstoppingen als gevolg van bouw- en wegwerkzaamheden in de buurt vier keer genoemd als oorzaak van de ervaren overlast. In de twee vervolgmetingen worden de verkeersopstoppingen door geen enkele omwerkende meer genoemd. In beide vervolgmetingen wordt hardrijdend verkeer één keer genoemd. Verder wordt in alle metingen door in totaal acht verschillende omwerkenden luchtvervuiling als overlastgevend genoemd. Het gaat om stof afkomstig van omliggende bedrijven en schepen die neerdaalt op geparkeerde auto's en die in de loodsen naar binnen waait.

Vragen naar specifieke vormen van overlast

Wanneer we omwerkenden specifieke vormen van overlast voorleggen en vragen of zij daar last van hebben gehad in de afgelopen zes maanden dan blijken de meeste omwerkenden wel eens overlast te hebben ervaren van vervuiling van straat door personen, foutparkeren, verkeersoverlast, verkeersonveilig rijgedrag en lawaai van of uit auto's (figuur 3.5). Tussen de metingen doen zich in de ervaren overlast geen significante veranderingen voor.

Figuur 3.5 Aantal omwerkenden dat aangeeft overlast te ervaren van verschillende vormen van potentieel overlastgevend gedrag, in %



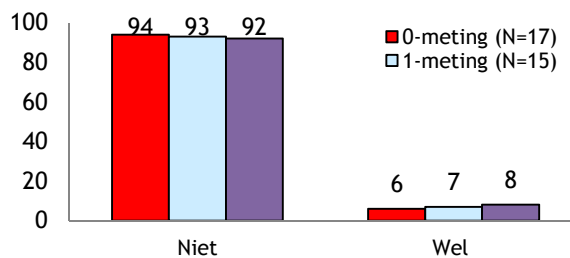
Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

Gedurende alle metingen heeft geen of een enkele omwerkende overlast ervaren van de volgende overlast vormen: samenscholing van personen op straat, op straat hinderlijk worden aangesproken of aangeraakt door personen, ruziemakende of schreeuwende personen op straat, bedreigingen of intimidatie door personen op straat, gebruik van of handel in softdrugs op straat.

3.4 Onveiligheid

Als omwerkenden gevraagd worden of ze zich in de afgelopen zes maanden in hun directe werkomgeving wel eens onveilig hebben gevoeld dan geven in zowel de nulmeting als beide vervolgmetingen vrijwel alle omwerkenden aan dat dit nooit het geval is geweest (figuur 3.6).

Figuur 3.6 Aantal omwerkenden dat zich wel of niet onveilig heeft gevoeld in de afgelopen zes maanden in de directe werkomgeving, in %

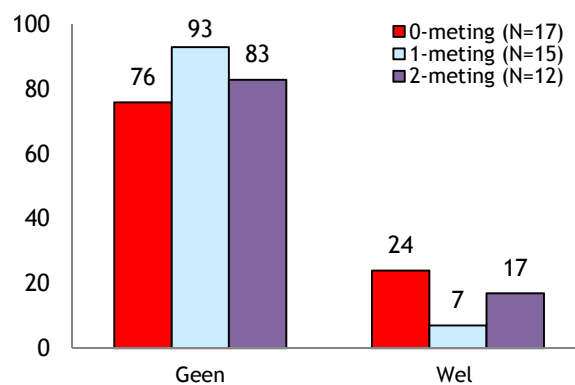


Geen significante verschillen ($p \geq 0,05$).

3.5 Slachtofferschap

Aan omwerkenden is tevens de vraag gesteld of ze in de afgelopen zes maanden slachtoffer zijn geweest van diefstal, inbraak, vernieling of een geweldsmisdrijf. Uit de door hen gegeven antwoorden blijkt een lage mate van slachtofferschap (figuur 3.7). In de nulmeting is 24% van de omwerkenden in het afgelopen half jaar slachtoffer geweest van criminaliteit, terwijl het in de eerste en tweede vervolgmeting gaat om respectievelijk 7% en 17%. In het aantal slachtoffers van criminaliteit doen zich tussen de metingen geen significante veranderingen voor.

Figuur 3.7 Aantal omwerkenden dat aangeeft in de afgelopen zes maanden slachtoffer te zijn geweest van criminaliteit, in %



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

In de nulmeting geven drie omwerkenden aan dat het gaat om diefstal uit onderneming en bij één omwerkende betreft het beschadiging aan (bedrijfs)auto. In de eerste vervolgmeting gaat het één keer om diefstal uit onderneming. In de tweede vervolgmeting gaat het om één keer diefstal uit onderneming, één keer om beschadiging aan (bedrijfs)auto en één keer om vernieling of beschadiging aan onderneming.

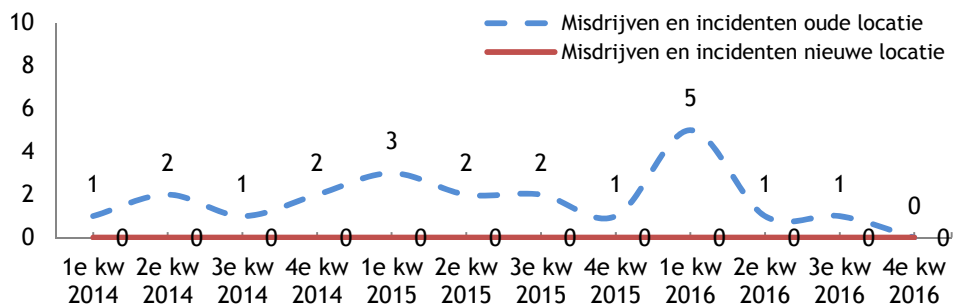
3.6 Politiecijfers

Naast de enquête onder omwerkenden van de coffeeshop op de nieuwe locatie zijn bij de politie gegevens opgevraagd over het aantal geregistreerde misdrijven en incidenten rond de nieuwe en oude locatie van de coffeeshop.¹ Hierbij is gekeken naar de aantallen voor zowel de oude als de nieuwe locatie anderhalf jaar voor en anderhalf jaar na de verplaatsing van de coffeeshop. De coffeeshop is op de nieuwe locatie geopend in juni 2015.

¹ Bij misdrijven gaat het om bedreiging, straatroof en vernieling, terwijl het bij incidenten om geluidsoverlast en overlast door jongeren of andere personen gaat.

De aantallen bij de politie geregistreerde misdrijven en incidenten op de oude locatie en nieuwe locatie van de coffeeshop zijn per kwartaal schematisch weergegeven in figuur 3.8. De cijfers uit de politieregistraties komen overeen met de resultaten van onze observaties dat het straatbeeld op de nieuwe locatie van de coffeeshop zeer rustig is. In de periode van januari 2014 tot en met november 2016 is op de nieuwe locatie geen enkel misdrijf of incident geregistreerd bij de politie. Op de oude locatie is wel een aantal misdrijven en incidenten geregistreerd, maar afgezien van een kleine piek in het eerste kwartaal van 2016 zijn de aantallen aan de lage kant.

Figuur 3.8 Aantallen bij de politie geregistreerde misdrijven en incidenten op de oude en nieuwe locatie van de coffeeshop anderhalf jaar voor en anderhalf jaar na de verplaatsing, in absolute aantallen



4. SAMENVATTING EN CONCLUSIES

De gemeente Amsterdam heeft onderzoeks- en adviesbureau INTRAVAL opdracht gegeven voor het monitoren van de lokale (neven)effecten van de verplaatsing van vijf coffeeshops naar een nieuwe locatie in de stad. Dit rapport beschrijft de resultaten van de monitor van de tweede van de vijf coffeeshops die in het kader van de pilot verplaatsing coffeeshops is verplaatst.

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste bevindingen puntsgewijs besproken. We gaan eerst in op de deelvragen die betrekking hebben op de bezoekers van de coffeeshop en op de ervaren overlast en onveiligheidsgevoelens van de omwerkenden. Ten slotte behandelen we de hoofdvraag naar de gevolgen van de verplaatsing van de coffeeshop naar de nieuwe locatie.

4.1 Coffeeshop en bezoekers

| |
|--|
| <i>Heeft de coffeeshop op de nieuwe locatie nieuwe bezoekers, worden bestaande klanten meegenomen of is er sprake van nieuwe gebruikers?</i> |
|--|

- De gemiddelde coffeeshopbezoeker is een man van rond de 30 jaar oud met een afgeronde MBO opleiding. In beide metingen trekt de shop op de nieuwe locatie voornamelijk bezoekers die buiten Amsterdam woonachtig zijn. Een duidelijke minderheid van de bezoekers woont in Amsterdam of in het buitenland.
- De coffeeshopbezoeker blijft doorgaans niet zitten in de coffeeshop na de aankoop van hasj of wiet. Een verklaring hiervoor is dat de coffeeshop gelegen is op een industrieterrein naast een snelweg en beperkte zitgelegenheid biedt. Overigens geven de meeste bezoekers aan geen specifieke voorkeur te hebben voor een coffeeshop met zitgelegenheid. Een coffeeshop met alleen een afhaalbalie lijkt te volstaan voor de meeste bezoekers van deze coffeeshop.
- De coffeeshopbezoekers komen doorgaans met de auto of op de motor naar de coffeeshop. Dit heeft te maken met de ligging van de coffeeshop nabij een snelweg en gemakkelijk bereikbaar met deze vervoersmiddelen.
- Het grootste deel van de bezoekers geeft in de twee vervolgmetingen aan dat de reden voor het bezoeken van deze coffeeshop is dat deze op de route ligt naar werk, school of huis. Het aantal bezoekers dat aangeeft dat de coffeeshop gemakkelijk bereikbaar is met de auto of motor neemt toe in de tweede vervolgmeting.
- De coffeeshop in dit onderzoek lijkt op de nieuwe locatie een nieuwe bezoekers te hebben aangetrokken ten opzichte van de oude. Het merendeel van de bezoekers geeft in beide metingen aan de coffeeshop op de oude locatie nooit bezocht te hebben. Deze nieuwe bezoekers zijn overigens geen nieuwe gebruikers: zij zeggen allen al eens eerder in een coffeeshop te zijn geweest.

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?

Aard en omvang overlast

- Er is tussen beide metingen nauwelijks iets veranderd in het aantal omwerkenden dat wel eens overlast heeft ervaren in hun directe werkomgeving. In de nul- en eerste vervolgmeting heeft ongeveer de helft van de omwerkenden overlast ervaren, terwijl het in de tweede vervolgmeting om een derde van de omwerkenden gaat. Voor zowel de eerste als de tweede vervolgmeting geldt dat geen enkele ondervraagde de ervaren overlast aan de coffeeshop relateert.
- De meest aanwezige vorm van overlast die door omwerkenden wordt ervaren is de luchtvervuiling in de vorm van stof die afkomstig is van omliggende bedrijven en schepen en die neerdaalt op geparkeerde auto's en in de loodsen naar binnen waait.
- Uit de observaties blijkt dat na de opening van de coffeeshop op de nieuwe locatie sprake is van een toename in zowel foutgeparkeerde auto's als fietsen en scooters die buiten de rekken zijn geplaatst. Sommige coffeeshopbezoekers parkeren hun auto aan de voorkant van de coffeeshop, terwijl hier geen gemarkeerde parkeerplaatsen zijn. Ook zijn er geen stalmogelijkheden voor fietsen en scooters. Overige vormen van potentieel overlastgevend gedrag zijn in de drie metingen nagenoeg niet waargenomen.

Onveiligheid en slachtofferschap

- Er is nauwelijks sprake van onveiligheidsgevoelens onder omwerkenden. In alle metingen heeft slechts een enkele omwerkende zich in de afgelopen zes maanden onveilig gevoeld. Enkele van hen zijn slachtoffer geweest van een misdrijf. Het gaat dan met name om diefstal uit hun onderneming.
- Bij de politie zijn op de nieuwe locatie van de coffeeshop geen misdrijven en incidenten geregistreerd.

4.3 Ten slotte

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

- De shop lijkt nieuwe bezoekers te hebben aangetrokken ten opzichte van de oude locatie in het centrum van Amsterdam. De meesten van hen hebben de shop op de oude locatie nooit bezocht. Het gaat echter niet om nieuwe gebruikers, aangezien alle bezoekers van de shop al wel eens eerder in een coffeeshop zijn geweest. De bezoekers op de nieuwe locatie gaan bijna altijd direct weg na de aankoop van hasj of wiet. Zij lijken een zitgelegenheid bijzaak te vinden. De meesten zijn van buiten

Amsterdam afkomstig en komen met de auto of de motor. Dit kan logischerwijs worden verklaard door de ligging van de coffeeshop: op een industrieterrein naast een snelweg buiten het centrum van Amsterdam.

- De opening van de coffeeshop op de nieuwe locatie heeft niet geleid tot een toename in overlast en onveiligheidsgevoelens bij medewerkers van de bedrijven in de directe omgeving. Geen van de omwerkenden relateert de geringe ervaren overlast aan de coffeeshop en van onveiligheidsgevoelens lijkt nauwelijks sprake te zijn.
- Na de opening van de coffeeshop is een toename te zien in zowel foutgeparkeerde auto's als fietsen en scooters die buiten de rekken zijn geplaatst. Sommige bezoekers parkeren hun auto aan de voorzijde van de shop, terwijl hier geen gemarkeerde parkeerplaatsen zijn. Ook zijn er geen stalmogelijkheden voor fietsen en scooters.

COLOFON

© St. INTRAVAL, Groningen-Rotterdam

Februari 2017

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: R. Mennes, E. Cankor, B. Bieleman
Opmaak: M. Haaijer
Drukker: RCG
Opdrachtgever: Gemeente Amsterdam

ISBN: 978 90 8874 204 0

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

