

# Amsterdamse coffeeshops en hun bezoekers ~ Samenvatting & Conclusies



## 11. Samenvatting & Conclusies

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

### *Omgeving en buitenkant van coffeeshops*

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

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

Op basis van hun directe omgeving en buitenkant zijn twee typen Amsterdamse coffeeshops te onderscheiden. Een ruime meerderheid is te typeren als *ingebiede* coffeeshops; zij liggen in drukke buurten met veel andere ondernemingen, inclusief andere coffeeshops. Vaak liggen dergelijke coffeeshops in Centrum, maar ook in Zuid en wat minder in West. Daarnaast zijn er *losstaande*

coffeeshops. Zij hebben geen of hoogstens één andere coffeeshop in de directe omgeving en er is minder andere bedrijvigheid. Dit type zien we het vaakst in West, betreft vrijwel alle coffeeshops in Oost en alle coffeeshops in Noord.

### *Exploitanten en bedrijfsvoering*

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

Vrijwel alle exploitanten zijn tevreden met hun huidige locatie. Vaak vinden zij het Centrum de meest aantrekkelijke buurt voor een coffeeshop, maar er zijn er ook die hierbij kiezen voor Oost, West of Nieuw-West. Een enkeling noemt Zuidoost. Dat is ook het stadsdeel waarvan verreweg de meeste exploitanten vinden dat er wel een coffeeshop zou moeten zitten. Tegelijkertijd is Zuidoost het stadsdeel waar nogal wat coffeeshopexploitanten geenszins naartoe zouden willen indien hun zaak zou moeten verhuizen.

### *Coffeeshops van binnen*

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

### *Overlast*

Fietsen of scooters voor de deur, klanten op het terras of die op straat rondhangen en dubbel geparkeerde auto's kunnen aanleiding geven tot klachten over overlast. Uit observaties bij 195 coffeeshops blijkt dat dergelijke zaken weinig voorkomen, danwel meestal niet specifiek zijn voor de coffeeshop, bijvoorbeeld omdat overal in de straat fietsen of scooters op de stoep staan. Groepjes klanten die voor de deur rondhangen hebben we zelden aangetroffen,

maar dit zou vaker voor kunnen komen bij warm weer. Gezien het aantal klanten per uur is echter aannemelijk dat het dan om kleine groepjes zal gaan. Exploitanten krijgen naar eigen zeggen weinig klachten over overlast en doen er veel aan om een goed contact met de buurt te onderhouden. Met bordjes waarschuwen zij klanten tegen foutparkeren en klanten worden gemaand om zich voor de deur gedeisd te houden.

### *Aantallen bezoekers en profiel*

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

Afgaand op de tellingen zijn de bezoekers gemiddeld 32.6 jaar. Bijna een op de zes is vrouw. Er zijn twee keer zoveel halers als zitters. Tussen een op de vijf en een kwart is toerist, maar stads-breed is hun aandeel waarschijnlijk groter, want typische 'toeristenshops' zijn ondervertegenwoordigd in het onderzoek.

### *De bezoekers*

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

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

Verreweg de meeste respondenten wonen in Amsterdam en anders dicht in de

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

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

### *Motieven voor coffeeshopbezoek*

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

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

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

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

vaak aan goede sfeer en gezelligheid in de coffeeshop, voor deze bezoekers tellen bovenal de bereikbaarheid met de auto, parkeergelegenheid en lage parkeertarieven.

### *Zitters en halers*

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

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

### *Bezoekersstromen*

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

### *De wietpas*

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

De verwachting van exploitanten dat veel klanten zich zullen verzetten tegen de

wietpas, wordt bevestigd in de enquête onder coffeeshopbezoekers. Spontaan is 83% van de bezoekers tegen registratie om de wietpas te kunnen krijgen. Wordt hen voorgehouden dat het echt zou moeten, dan breekt het verzet wat af en zegt 32% zich te zullen laten registeren. Een klein deel van de weigeraars zegt dan anderen voor hen naar de coffeeshop te laten gaan, bijna een kwart wil dan zelf wiet te gaan kweken of van een wiettelers gaan kopen; en ruim een kwart kiest ervoor om op andere manieren hun cannabis te kopen (thuisbezorgers, andere dealers). Opvallend genoeg zegt een op de tien bij de invoering van de wietpas te zullen stoppen. Onzeker is in hoeverre zij dit ook echt zullen doen, want intentie is geen garantie voor daadwerkelijke gedragsverandering. Deze onzekerheid geldt overigens ook voor de - zowel door exploitanten als bezoekers geuite - verwachting van verplaatsing van de cannabisverkoop naar de straat en andere plekken. Verplaatsing naar buiten de coffeeshop is zeker aannemelijk, maar de mate waarin en de wijze waarop deze gestalte zou krijgen, zijn ongewis.

## LITERATUUR

- Benschop, A., Buijs, L., Engelfriet, L., Floor, G., Mourik, D. van, Nijs, S. de, Visser, B. & Korf, D.J. (2009). *Coffeeshops in het hart van de stad. Bewoners en toeristen over postcodegebied 1012 in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.
- Bieleman, B. & R. Nijkamp (2010). *Coffeeshops in Nederland 2009*. Groningen: Intraval/Rijksuniversiteit Groningen.
- Broekhuizen, J., Boers, J., Ruiter, S. & Slot, J. (2011). *Angst voor coffeeshop in de buurt gegrond? Onderzoek naar de ervaren overlast van coffeeshops én vergelijkbare voorzieningen in 8 Amsterdamse buurten*. Amsterdam: Dienst Onderzoek en Statistiek, gemeente Amsterdam.
- Korf, D.J. & Liebrechts, N. (2010). *Coffeeshops, bezoekersstromen, motieven voor bezoek en spreiding in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.
- Laar, van, M. & Van Ooijen-Houben, M. (red.) (2009). *Evaluatie van het Nederlandse drugsbeleid*. Utrecht: Trimbos-instituut en Den Haag: WODC.
- Nabben, T., Benschop, A. & Korf, D. J. (2010). *Antenne 2009; Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

## BIJLAGES

## Bijlage I Tabellen Clusters

Tabel 1.1 Geslacht

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Man	256 84.4	251 85.9	207 82.3	274 91.5	1038 86.6	
Vrouw	38 15.6	38 13.1	66 17.7	19 6.5	161 13.4	
Totaal	244 200	289 100	373 100	293 100	1299 200	<.001

Tabel 1.2 Ethniciteit

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Nederland	99 41.4	105 36.7	208 56.3	61 20.8	474 39.9	
Marokko	35 14.6	56 19.6	39 7.8	103 35.2	233 18.8	
Turkije	8 3.3	12 4.2	12 3.2	22 7.5	54 4.5	
Sorinaans	35 14.6	37 12.9	39 7.8	41 14.0	142 11.9	
Azië/Araba	8 3.3	1 0.3	6 1.6	11 3.8	26 2.2	
Indonesië	9 3.8	5 1.7	13 3.5	6 2.7	35 2.9	
Overig Westers	31 15.0	42 14.7	47 12.7	16 5.5	136 11.4	
Overig niet-Westers	34 5.9	28 9.8	26 7.0	31 10.6	99 8.3	
Totaal	239 200	286 100	371 100	293 100	1289 200	<.001
	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Westers	129 58.2	152 53.1	269 72.5	85 29.0	645 54.2	
niet-Westers	100 41.8	134 46.9	102 27.5	208 73.0	544 45.8	
Totaal	239 200	286 100	371 100	293 100	1289 200	<.001

Tabel 1.3 Rendite/af

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Centrum	58 27,8	99 51,1	186 94,4	58 29,7	325 166,0	
Noord	14 5,7	8 3,1	36 18,4	15 7,3	51 25,6	
Oost	13 5,3	27 13,3	81 41,6	96 47,8	117 58,3	
Zuid	91 35,1	98 48,4	121 61,7	37 18,6	256 127,3	
West	56 21,6	29 14,1	127 64,4	98 48,7	310 155,0	
Totaal	244 120	200 100	371 180	294 150	1209 600	<.001

Tabel 1.4 Frequentie coffieweek bezook

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Elke dag	82 31,4	111 55,5	79 40,6	144 75,3	416 208,0	
Een paar keer per week	125 51,2	126 62,4	151 78,3	100 52,6	502 251,0	
1 x per week	18 6,8	29 14,3	85 44,5	29 15,4	139 69,5	
Paar keer per maand	13 5,3	20 9,8	32 16,7	8 4,2	73 36,5	
1 x per maand	2 0,8	1 0,5	7 3,6	8 4,2	18 9,0	
Minder	5 2,0	1 0,5	7 3,6	0 0,0	13 6,5	
Deelneemert	1 0,4	2 1,0	10 5,1	0 0,0	13 6,5	
Totaal	244 120	200 100	371 180	294 150	1209 600	<.001

Tabel 1.5 Fictieve coffieweek bezook

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
% oeffenend	30 12,1	29 14,5	8 4,1	14 7,3	51 25,6	
% nietoefnend	4,1 1,6	1,6 0,8	2,2 1,2	4,8 2,5	13 6,5	
Totaal	245 120	207 100	307 150	294 150	1201 600	<.012



Tabel 1.6 Hoken of zitten in coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal
Alleen/vooral haken	100	75	308	85	568
	31.8	20.0	87.8	27.0	47.4
Alleen/ongeveer evenveel	109	127	49	134	419
	4.7	43.9	12.2	45.7	35.0
Alleen/vooral zitten	35	87	15	74	211
	14.3	30.1	4.0	25.5	17.6
Totaal	244	389	372	293	1198
	100	100	100	100	100

Tabel 1.7 Meestvergeete coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Grote coffeeshop	12	17	4	20	53	
	4.9	5.9	1.1	6.8	4.4	
Tussertuin	45	29	25	33	132	
	18.4	10.0	6.7	11.2	11.0	
Kleine coffeeshop	64	90	100	71	325	
	26.1	31.0	27.5	24.1	27.5	
Geen voorkeur	123	194	240	170	627	
	50.4	53.1	64.7	57.8	57.3	
Totaal	244	290	371	294	1199	
	100	100	100	100	100	< .001

Tabel 1.8 Frequentie overblijfsgebruik

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
(Dijns) elke dag	302	213	201	215	731	
	66.4	71.7	54.0	73.1	68.0	
Paar keer per week	56	59	111	94	320	
	23.0	20.4	29.8	18.4	23.4	
1 x per week	7	5	26	6	44	
	2.9	1.7	7.0	2.0	3.7	
Paar keer per maand	12	7	16	9	44	
	4.9	2.4	4.3	3.1	3.7	
1 x per maand	5	1	8	1	15	
	1.2	0.3	2.3	0.3	1.1	
Minder	4	4	10	9	27	
	1.6	1.4	2.7	3.1	2.1	
Totaal	244	289	372	294	1199	
	100	100	100	100	100	OR0

Tabel 19 Voorkeur wiel of fiets

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Wiel	147 63,2	182 50,6	218 58,6	141 48,1	688 55,9	
Alleen e-bike	43 17,6	57 16,1	54 14,5	66 21,1	220 17,6	
Fiets	58 22,1	67 19,4	308 80,9	96 32,8	529 43,5	
Totaal	268 100	366 100	368 100	283 100	1185 100	<.05

Tabel 20 Bevoert andere e-bikefiets

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Alleen fiets	79 32,9	139 46,3	148 38,8	162 55,7	528 43,8	
Dok in ... andere shops	181 67,1	149 51,7	238 62,8	129 44,1	697 58,2	
Totaal	260 100	288 100	386 100	291 100	1187 100	<.001

Tabel 21 Woonplaats

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Amsterdam	236 88,5	267 92,1	335 89,2	351 85,6	1089 90,8	
In de buurt van Amsterdam	24 9,8	13 4,5	18 4,8	27 9,3	82 6,8	
Verder weg	4 1,6	10 3,4	22 5,9	16 5,4	52 4,3	
Totaal	264 100	290 100	375 100	394 100	1323 100	.006

Tabel 22 Toesprekingswijze e-bikefiets algemeen

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Te voet	56 42,3	147 53,8	201 55,4	85 31,6	529 46,6	
Fiets	44 19,0	60 22,0	75 21,2	91 31,5	270 23,6	
Scooter	17 13	11 4,0	11 3,0	20 7,6	61 5,3	
Auto	58 15,5	31 11,1	55 15,1	85 30,9	229 20,1	
Tram	27 12,9	44 16,1	31 8,6	50 18,6	152 13,5	
Totaal	232 100	275 100	365 100	389 100	1161 100	<.001

Tabel 1.12 Transportmiddel naar coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Lopen	98 40.2	137 47.2	175 46.9	80 27.2	490 40.8	
Fiets	42 17.3	71 24.5	95 25.5	28 9.5	236 19.7	
Tram/bus/metro	38 15.6	54 18.6	38 10.2	57 19.4	187 15.6	
Scoter/brommer	20 8.2	12 4.1	15 4.0	18 6.1	65 5.4	
Auto/motor	41 16.8	12 4.1	46 12.3	104 35.4	203 16.9	
Trein	5 2.0	4 1.4	4 1.1	7 2.4	20 1.7	
Totaal	244 100	290 100	373 100	394 100	1301 100	<.001

Tabel 1.14 Bezoek naar coffeeshop halen of zitten

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Alleen/vooral halen	100 41.0	73 25.3	104 81.9	77 26.2	354 46.2	
Alleen/ongeveer evenveel	100 41.0	96 33.2	47 12.7	139 47.3	382 31.9	
Alleen/vooral zitten	44 18.0	120 41.5	20 5.4	78 26.5	262 21.9	
Totaal	244 100	289 100	371 100	294 100	1298 100	<.001

Tabel 1.15 Tijdstip bezoek naar coffeeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
% ochtends	12 4.9	17 5.9	8 2.2	11 3.7	48 4.0	
% middags	96 39.3	105 36.3	124 33.3	103 35.0	428 35.7	
% avonds	136 55.7	167 57.8	240 64.5	180 61.2	723 60.3	
Totaal	244 100	289 100	372 100	294 100	1199 100	.119

Tabel 1.16 Frequentie bezocht elier raффeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Een dag	98	96	41	117	352	
	24,2	24,1	11,6	29,8	26,3	
Een paar keer per week	139	124	140	127	530	
	35,3	32,8	37,6	32,7	35,2	
1 x per week	20	21	63	17	121	
	5,2	5,8	16,9	4,8	10,2	
Paar keer per maand	39	38	51	16	144	
	10,1	10,2	14,0	4,4	10,8	
1 x per maand	5	4	20	3	32	
	1,3	1,1	5,4	1,0	2,7	
Slechts	9	7	39	6	61	
	2,3	1,9	10,3	1,6	5,8	
Slechts/voort	7	28	33	9	77	
	1,8	7,7	8,7	2,3	6,5	
Totaal	244	290	311	254	1199	<0,001
	180	180	180	300	180	

Tabel 1.17 Meest bezochte raффeshop

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Deze raффeshop	114	121	247	220	702	
	29,5	33,1	63,4	55,5	45,6	
Andere Amsterdams raффeshop	88	91	107	90	376	
	22,8	25,8	28,3	22,8	23,8	
Geen raффeshop bezocht	8	7	28	8	51	
	2,1	1,9	7,3	2,0	3,8	
Totaal	214	219	382	316	1131	<0,001
	180	180	180	300	180	

Tabel 1.18 Frequentie bezocht raффeshop in eigen woonbuurt

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Zip-codes	85	81	87	91	344	
	22,1	22,9	22,8	22,8	22,9	
Woon	26	31	34	50	141	
	6,8	8,7	9,1	12,7	9,8	
Samen	87	80	67	60	294	
	22,8	22,8	17,6	15,0	20,6	
Opnieuw de raффeshop bezocht	27	25	21	12	85	
	7,1	7,0	5,5	3,0	5,7	
Voort	36	36	108	46	226	
	9,4	10,0	28,0	11,7	15,8	
Altoes	47	87	104	56	294	
	12,3	23,9	27,3	14,1	20,6	
Totaal	214	219	382	316	1131	<0,001
	180	180	180	300	180	

Tabel 1.19 Zou je vaker naar een coffeeshop in je eigen buurt gaan, als er daar wel eenje was?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
1 Zeker niet	30 19.4	31 35.9	60 36.8	79 41.4	200 35.8	
2	18 11.6	39 13.4	37 30.4	39 9.9	75 11.3	
3	55 35.5	30 21.1	44 27.0	42 22.0	171 26.3	
4	10 10.5	15 9.2	30 9.8	18 9.4	85 9.7	
5 Zeker wel	36 23.2	29 20.4	26 36.0	83 37.3	134 39.0	
Totaal	155 100	142 100	165 100	190 100	652 100	0.002

Tabel 1.20 Zou je naar een coffeeshop gaan met alleen een afspraakje?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
1 Zeker niet	50 20.7	309 37.7	36 7.0	134 42.3	509 25.8	
2	24 9.9	31 10.7	39 5.1	28 9.8	102 8.5	
3	63 26.0	81 14.2	38 32.2	80 32.2	262 34.4	
4	44 18.2	27 9.5	55 14.8	34 11.6	160 15.4	
5 Zeker wel	61 25.2	81 26.0	134 42.9	77 36.3	455 37.0	
Totaal	242 100	289 100	133 100	264 100	1188 100	0.002

Tabel 1.21 Stel dat de wietpas verplicht wordt, wat vind jij hiervan?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Registratie bij één coffeeshop	13 5.0	25 8.6	25 6.7	13 4.4	75 6.3	
Alleen registratie bij meerdere coffeeshops	30 12.4	29 10.0	42 11.3	31 7.1	132 10.2	
Ik ben tegen registratie	189 81.6	236 81.8	306 82.0	260 88.4	1001 85.6	
Totaal	241 100	290 100	373 100	294 100	1198 100	.118

Tabel 1.22 Stel dat je met de wietpas naar één coffeeshop mag, wat zou je doen?

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Totaal	p
Registratie in deze coffeeshop	43 18.0	76 26.6	104 28.4	66 22.8	289 24.5	
Registratie bij een andere coffeeshop	23 9.6	10 3.5	39 10.7	12 4.1	84 7.1	
Weiger, vraag anderen te gaan	20 8.4	17 5.9	24 6.6	32 11.0	93 7.9	
Weiger, zelf kweken	36 15.1	38 13.3	44 12.0	42 14.5	160 13.5	
Weiger, kopen van teler	34 14.2	28 9.8	33 9.0	22 7.6	117 9.9	
Weiger, koop elders	50 20.9	64 22.4	72 19.7	62 21.4	248 21.0	
Weiger, laat bezorgen	20 8.4	11 3.8	16 4.4	14 4.8	61 5.2	
Weiger en stop blowen	33 5.4	42 14.7	34 9.3	40 13.6	129 10.9	
Totaal	239 100	286 100	366 100	290 100	1181 100	<.001