

Coffeeshops, bezoekersstromen, motieven voor bezoek en spreiding in Amsterdam ~ Onderzochte coffeeshops in West en Oost



In totaal zijn er twintig coffeeshops binnen de gekozen onderzoeksgebieden: veertien in West en zes in Oost. In twaalf hiervan hebben we bezoekers geïnterviewd (acht in West en vier in Oost), hoewel één van deze coffeeshops na een handvol interviews de toestemming introk. In en rondom alle twintig coffeeshops zijn observaties gedaan en in de meeste coffeeshops is de eigenaar of een personeelslid geïnterviewd.

Bezoekersstromen

Over het algemeen zijn de coffeeshops dagelijks geopend, vanaf 's ochtends (variërend van 08:00-12:00 uur) tot 's avonds laat (meestal 23:00, 24:00 of 01:00 uur). Het aantal bezoekers per dag en per coffeeshop varieert sterk. In sommige coffeeshop tref-fen we nooit meer dan een paar klanten aan, in andere kan het oplopen tot enkele tientallen op piekmomenten. Verspreid over de dag trekken sommige coffeeshops hoogstens 20-30 klanten, bij andere loopt het op tot 200-300. Het aantal klanten per dag hangt niet eenduidig samen met de grootte van de coffeeshop. Een kleine coffeeshop kan veel klanten trekken, vooral als er veel halers komen.

Coffeeshop P (West) is op onregelmatige tijden open en lijkt meer op een kroeg. Toen we de shop een keer geopend zagen, zat er één klant. De eigenaar wilde niet echt meewerken en zei dat er ook nooit veel klanten komen.

De middelgrote coffeeshop B (West) is de hele dag geopend. De shop is donker ingericht, straalt weinig gezelligheid uit en is opgesplitst in tweeën: een verkoopbalie en een afgesloten deel waar je als buitenstaander niet gemakkelijk naar binnen gaat - je kunt niet naar binnen kijken. Daar zijn ook de rookruimte, met ongeveer 40 zitplekken, computers met internet, televisie en games. Er komen gemiddeld zo'n 50 bezoekers per dag, vooral halers. Het drukst is het van

18:00 tot 21:00 uur.

Coffeeshop G ligt wat meer afgelegen dan de andere shops in West, maar is goed bereikbaar en heeft veel parkeergelegenheid voor de deur. Het is een redelijk grote shop, met ca. 25 zitplekken en niet ongezellig ingericht, maar trekt toch gemiddeld slechts zo'n 30 bezoekers per dag. Alleen op zaterdag is het wat drukker.

Coffeeshop R (Oost) is klein en vol ingericht. Er is een aparte haalbalie en eigenaar/personeel bepaalt wie er in het zitgedeelte mag komen (d.m.v. een beveiligde deur). Echt een klein buurtshopje, met rond de 50-60 klanten, redelijk verspreid over de dag.

Coffeeshop A (West) is niet groot, maar ook niet klein, ziet er fris en goed verzorgd uit en heeft ca. 15 zitplekken (tafels en stoelen), waaronder enkele in de aparte, lichte rookruimte. Er is geen aparte haalbalie. De keren dat wij er waren, stond er een vrouw achter de bar, als een van de weinige shops in De Baarsjes. De muziek is wisselend, wij hoorden vooral house. Tot 13:00 uur is het rustig. De drukke uren zijn 17:00-19:00 en 22:00-23:00 uur, tegen sluitingstijd. Gemiddeld komen er zo'n 100-120 bezoekers per dag.

Coffeeshop K (Oost) ligt in een grote straat en is daardoor goed bereikbaar met de auto, maar ook met de metro. Deze kleine coffeeshop, die door een eenvoudige inrichting wel wat weg heeft van een snackbar, heeft een grote omloop, met zo'n 200-300 klanten per dag. De coffeeshop is de hele dag geopend, met als piekuren 17:00-19:00 uur. Er komen vrijwel uitsluitend halers. Alleen vaste klanten/vrienden kunnen binnen zitten.

's Ochtends komen de minste bezoekers, 's middags wat meer en de piekuren zijn meestal achter in de middag en aan het begin van de avond. Sommige coffeeshops hebben ook een tweede (kleinere) piek aan het eind van de avond, voor sluitingstijd. Zeven van de twintig coffeeshops hebben een aparte 'haalbalie' en sommige van deze coffeeshops hebben nauwelijks of geen zitruimte. Bij de coffeeshops met zitruimte varieert het aantal zitplekken van circa tien tot vijftig. De helft van de coffeeshops heeft een rookruimte.

Profiel

Vaak bestaat rond de helft van de bezoekers uit halers, maar er is ook een coffeeshop met ongeveer tweederde halers, een andere met ongeveer driekwart

halers en twee coffeeshops hebben (vrijwel) alleen halers. Overal zijn mannelijke bezoekers in de meerderheid en sommige coffeeshops trekken nauwelijks of helemaal geen vrouwen. De leeftijd varieert; er zijn coffeeshops die vooral twintigers trekken, andere waar overwegend dertigers en veertigers komen, maar er zijn ook enkele coffeeshops met een brede leeftijdsrange. Sommige coffeeshops trekken een etnisch nogal homogene klantenkring; die zien we vooral in West en dan betreft het voornamelijk Marokkanen. In Oost is er meer etnische variatie.

Coffeeshop D (West) heeft wel wat weg van een buurthuis; veel bezoekers komen er een paar uurtjes gezellig zitten en bijvoorbeeld voetbal kijken. Er zijn ca. 20 zitplaatsen (banken langs de muren en wat stoelen). De muziek komt van de tv (TMF), er is een gameautomaat en er zijn bordspellen. Gemiddeld komen er zo'n 100 bezoekers per dag, waarvan de helft afhaalt en de helft ook even binnen gaat zitten. De meeste bezoekers zijn Marokkaans of Turks, in overgrote meerderheid jongens/mannen en overwegend twintigers.

Coffeeshop E (West) heeft ongeveer 60 bezoekers per dag, voornamelijk vaste klanten van Marokkaanse afkomst en rond de 30 jaar. Er zijn weinig vrouwelijke bezoekers. De inrichting doet denken aan een sportkantine; veel licht, house/trance muziek, een pooltafel, tafelvoetbal en ca. 25 zitplaatsen, alles wat verouderd. Ook is er een tv en computer met internet.

Coffeeshop I (Oost) heeft een zeer uiteenlopende klantenkring, zowel wat betreft leeftijd als etniciteit. Autochtone Nederlanders, Surinamers, Marokkanen en Turken zijn veel geziene klanten.

Motieven voor bezoek

Er zijn coffeeshops waar veel klanten alleen komen om hasj of wiet te kopen, terwijl andere coffeeshops relatief veel vaste klanten hebben die elkaar opzoeken voor de gezelligheid en om vrienden te ontmoeten. Soms lijkt de kwaliteit van de cannabis een rol te spelen, andere keren de aanwezigheid van een rookruimte.

Coffeeshop F (West) doet qua inrichting denken aan een sportkantine, hoewel de grote rookruimte meer weg heeft van een theehuis. Het is een lichte shop met schilderijen aan de muren en ca. 50 zitplekken. Er wordt veel snoep/chips verkocht en er kan gebruik worden gemaakt van tv, internet en spelletjes. Het is een grote en drukbezochte coffeeshop met veel vaste klanten, voornamelijk wat oudere Marokkaanse mannen (dertigers, veertigers en wat vijftigers). Het

personeel kent de meeste bezoekers. De helft bestaat uit halers. De coffeeshop staat bekend om de goede kwaliteit cannabis.

Coffeeshop C (West) is gemakkelijk toegankelijk, ziet er gezellig uit en het personeel is gastvrij. Er is een aparte gang voor halers en een grote ruimte waar gerookt mag worden (ca. 15 zitplaatsen). Er komen ongeveer 50 bezoekers per dag. Verschillende bezoekers zeggen hier vanwege de mindere kwaliteit geen wiet of hasj te kopen, maar er wel te komen om een joint te roken.

Bereikbaarheid en overlast

Alle twintig coffeeshops zijn goed bereikbaar met het openbaar vervoer en meestal ook met de auto (grotendeels betaald parkeren). De parkeergelegenheid varieert, maar levert voor de bezoekers, met uitzondering van een enkele coffeeshop in Oost, doorgaans geen problemen op. Fout of dubbel parkeren door coffeeshopbezoekers komt weinig voor. Soms staan er scooters voor de deur of wat verderop in de straat geparkeerd, vaker zijn het fietsen. Bezoekers groeten elkaar wel voor de deur of maken een praatje, maar over het algemeen duurt dit kort. Voor zover hierbij sprake is van overlast, betreft dit voornamelijk mensen die op straat of pleintjes rondhangen, hoewel dit niet per se coffeeshopklanten zijn.

Bij coffeeshop D (West) hangen vaak groepjes (Marokkaanse) jongens/mannen met scooters voor de deur.

Coffeeshop F (West) heeft voldoende parkeergelegenheid voor de deur, maar die wordt vooral gebruikt door buurtbewoners. Er staan regelmatig scooters voor de deur.

Bij coffeeshop Q (West) kan redelijk goed voor de deur geparkeerd worden, maar het is er nooit druk en we zien tijdens de observaties niemand met de auto komen.

Coffeeshop I (Oost) is door zijn ligging goed bereikbaar met zowel het openbaar vervoer als de auto en is een echte haalshop. Hoewel de (betaalde) parkeerplaatsen beperkt zijn, leidt dit niet tot duidelijke parkeeroverlast. Bezoekers laten hun vrienden een rondje rijden door de straat, terwijl zij ondertussen zelf wiet of hasj halen. Veel klanten komen op de fiets of lopend en in mindere mate met het openbaar vervoer of de scooter. Af en toe praten klanten met elkaar voor de shop, maar er zijn geen groepjes die langere tijd in de buurt van de coffeeshop rondhangen.

De kleine coffeeshop J (Oost) ligt in een eenrichtingsstraat in een woonwijk, waardoor de bereikbaarheid voor klanten met een auto vrij lastig is. Bovendien zijn de meeste parkeerplekken al bezet door buurtbewoners. Op de deur hangt een bord met de boodschap: “mensen die dubbel parkeren worden niet geholpen”. De meeste klanten komen dan ook te voet. Er is geen aparte rookruimte. Bezoekers staan soms wel voor de deur, maar ze zijn niet luidruchtig.

Coffeeshop K (Oost) ligt aan een grote straat en is daardoor goed bereikbaar met de auto, maar ook met de metro en trekt hierdoor relatief veel klanten uit Zuidoost. In de omgeving is er voldoende parkeergelegenheid, maar eigenlijk worden alleen de paar parkeerplaatsen direct voor de deur gebruikt. Er komen vrijwel uitsluitend halers. De coffeeshop fungeert tevens als ontmoetingsplaats voor oudere Marokkaanse mannen, die tot laat 's avonds voor de shop en op het pleintje met elkaar staan te praten. Ondanks deze ‘hangouderen’ ervaren we de sfeer niet als onprettig.

Coffeeshop N (Oost) is een goed bezochte coffeeshop en ligt op paar minuten lopen van een andere coffeeshop, maar is net iets minder goed bereikbaar omdat men hier niet even op de hoek kan stoppen. De bezoekers zijn wezenlijk verschillend. Bij de coffeeshop vlakbij komen klanten alleen om hasj of wiet te kopen, terwijl bij coffeeshop N klanten urenlang op het pleintje ervoor blijven hangen of gaan zitten in het naastgelegen café. Op het pleintje wordt sowieso veel rondgehangen en hierbij is er een duidelijke driedeling: jongeren, oudere mannen en vrouwen met kinderwagens. Hoewel er tijdens onze observaties geen onregelmatigheden plaatsvinden, zorgt al het hangpubliek niet echt voor een aangename sfeer.

Coffeeshop L (Oost) ligt aan een grote weg en is in die zin goed bereikbaar. Het aantal parkeerplaatsen is beperkt, maar op ongeveer 5 minuten loopafstand zijn bus- en tramhaltes. Telkens wanneer we in deze coffeeshop komen, is het erg rustig. Van alle geselecteerde coffeeshops in Oost heeft deze kleine en donkere shop de minst prettige uitstraling. Het pleintje bij de coffeeshop heeft een slechte reputatie vanwege hangjongeren en de daarmee gepaarde overlast, maar tijdens onze observaties is het steeds heel rustig op het pleintje.

Literatuur

Benschop, A. et al. (2009) *Coffeeshops in het hart van de stad. Bewoners en toeristen over postcodegebied 1012 in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg

Publishers (Bongerreeks nr. 12).

Bieleman, B., Beelen, A., Nijkamp, R. & Bie, E. de (2008) *Coffeeshops in Nederland 2007*. Groningen: Intraval.

Donk, W. van de, et al. (2009) *Geen deuren maar daden. Nieuwe accenten in het Nederlands drugsbeleid*. Den Haag: Ministeries van VWS, Justitie en BZK.

Jansen, A.C.M. (1989) *Cannabis in Amsterdam. Een geografie van hashish en marijuana*. Muiderberg: Coutinho.

Hoofdlijnenbrief drugsbeleid, Ministerie van VWS, 11.09.2009.

Nabben, T., Benschop, A. & Korf, D.J. (2010). *Antenne 2009; Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Vogels, N., Rigter, S., Dijk, P. van & Niesink, R. (2010) *De tabaksvrije coffeeshop. Gevolgen van de invoering van de rookvrije horeca voor Nederlandse coffeeshops*. Utrecht: Trimbos-instituut.

Coffeeshops, bezoekersstromen, motieven voor bezoek en spreiding in Amsterdam ~ Coffeeshopbezoekers in West en Oost



Tussen eind april en eind juni 2010 zijn in acht coffeeshops in West en vier in Oost (zie hoofdstuk 2) 407 bezoekers geïnterviewd (73% in West, 27% in Oost).**[v]** Dat gebeurde zowel doordeweeks als in het weekend en verspreid over de dag, maar vooral in de middag en avond.

Hoe de cijfers te lezen

Per thema worden de bevindingen weergegeven. In de meeste gevallen is ook onderzocht of er *verschillen* zijn tussen de klanten in West en Oost. Daarnaast is

per thema getoetst of er verschillen op andere relevante kenmerken zijn. Bijvoorbeeld of voor bezoekers die met de auto naar de coffeeshop komen bepaalde criteria die zij aan een coffeeshop stellen zwaarder wegen dan voor degenen die te voet komen.

In de vergelijking tussen (sub)groepen spreken we alleen van verschillen als deze statistisch significant zijn, dat wil zeggen voor minimaal 95% ($p < 0.05$) niet aan toeval toe te schrijven.

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

Respons en representativiteit

Over het geheel genomen was er een grote bereidheid bij de coffeeshopbezoekers om mee te doen aan het onderzoek. Wanneer zij niet meededen (dat gebeurde bij ongeveer één op de tien klanten), gaven ze hiervoor vooral de reden op dat ze geen tijd hadden. Er was hierbij geen sprake van selectiviteit naar leeftijd, geslacht of etniciteit, behalve in het geval van oudere allochtone mannen, die vaak de Nederlandse taal onvoldoende machtig waren. Deze mannen vormden overigens een duidelijke minderheid in de coffeeshops en kwamen lang niet altijd om cannabis te gebruiken of te kopen, maar soms enkel om thee te drinken.

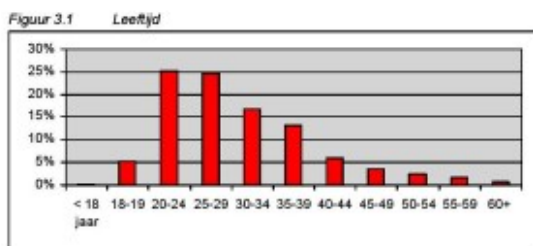
De 407 coffeeshopbezoekers vertegenwoordigen geen representatieve steekproef van alle coffeeshopklanten in Amsterdam en ook niet van de bezoekers van de twaalf onderzochte coffeeshops. Het eerste was ook niet de bedoeling (zie hoofdstuk 1) en het tweede was niet noodzakelijk. Het doel van de survey was immers vooral om meer inzicht te krijgen in coffeeshopbezoek. Kenmerken van bezoekers maken daar wel onderdeel van uit, maar we waren vooral geïnteresseerd in *bezoekersstromen*. Vanuit dit perspectief maakt het op zich niet zoveel uit of de bezoekers die per dag in een coffeeshop komen steeds dezelfde zijn of dat het om een sterk wisselende klantenkring gaat. Met onze aanpak maakten bezoekers die vaker in de coffeeshop komen een veel grotere kans om geïnterviewd te worden dan degenen die af en toe komen. De survey levert dus vooral een beeld op van de bezoekers die op een willekeurige dag in (en rond) de coffeeshops te vinden zijn.

Vergelijking met Antenne 2009

In het najaar 2009 werd in het kader van de jaarlijkse Antenne monitor een survey gehouden onder 266 bezoekers van Amsterdamse coffeeshops.**[vi]** Het betreft hier een veel bredere steekproef, want het ging om ruim vijftig coffeeshops, verdeeld over de hele stad (maar exclusief coffeeshops met vooral of relatief veel toeristen). Maar net als in het huidige onderzoek maakten ook in de Antenne survey bezoekers die vaker in de coffeeshop komen een veel grotere kans om geïnterviewd te worden dan degenen die af en toe komen. Vergeleken met de coffeeshopbezoekers uit Antenne zijn de respondenten in het huidige onderzoek:

- * gemiddeld 2½ jaar ouder (30.5 versus 28.0 jaar),
- * nog minder vaak vrouw (11% versus 19%),
- * vaker allochtoon (18% versus 37%) en vooral vaker Marokkaans (48% versus 16%),
- * en hebben ze vaker werk (62% versus 47%), maar zijn ze minder vaak scholier/student (17% versus 35%).

In beide onderzoeken blowt ongeveer driekwart (bijna) dagelijks en er is geen verschil in het aantal joints dat per 'blowdag' gerookt wordt. In het huidige onderzoek geven respondenten vaker de voorkeur aan hasj (48% versus 31%) boven wiet (37% versus 53%) en dit verschil komt grotendeels voor rekening van (het veel grotere aandeel) Marokkanen.



Figuur 3.1 Leeftijd

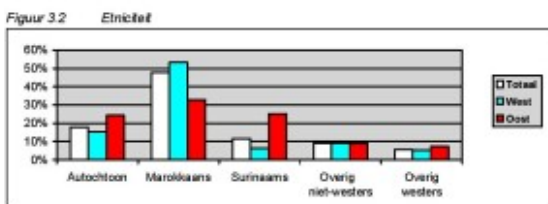
Bezoekersprofiel

Jongens en mannen zijn veruit in de meerderheid. Slechts 11% is van het vrouwelijke geslacht. In Oost werden twee keer zoveel vrouwelijke bezoekers geïnterviewd (18%, tegenover 8% in West).

De leeftijd van de respondenten varieert van 17 tot en met 69 jaar en is gemiddeld 30.5 jaar (mediaan 28 jaar). Slechts 6% is jonger dan 20 jaar, waarvan één persoon minderjarig (17 jaar). De helft bestaat uit twintigers, krap één op de

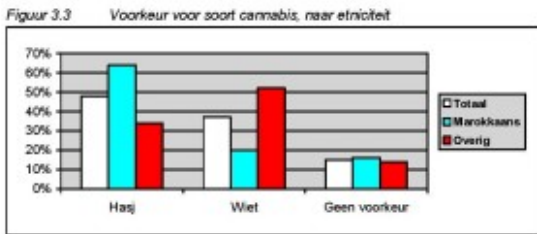
drie is dertiger en de rest is ouder. Wat betreft leeftijd is er geen verschil tussen de respondenten in West en Oost.

Ongeveer de helft van de respondenten is in Nederland geboren (51%), de rest verdeeld over tientallen landen, waarvan het vaakst in Marokko (28% van de totale groep). Niet iedereen die in Nederland geboren is, geldt als autochtoon. Etniciteit wordt in Nederland bepaald aan de hand van het eigen geboorteland én dat van de ouders, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen autochtonen (beide ouders in Nederland geboren) en allochtonen (minstens één van de ouders in het buitenland geboren), opgesplitst in westerse en niet-westerse allochtonen. Bij de respondenten zijn autochtonen (18%) en westerse allochtonen (10%) in de minderheid. De meerderheid is niet-westerse allochtoon (72%); Marokkanen vormen de grootste subgroep (48% van totaal), daarna Surinamers (12%). Het aandeel Turken (5%) en Antillianen/Arubanen (1%) was kleiner.



Figuur 3.2 Etniciteit

Tussen de coffeeshops in West en Oost zijn er duidelijke verschillen in de etniciteit van de bezoekers. In West zijn er ruim anderhalf keer zoveel Marokkaanse bezoekers. In Oost zijn er anderhalf keer zoveel autochtone bezoekers en verhoudingsgewijs ook veel meer Surinamers. Bijna twee op de drie respondenten hebben betaald werk (62%). Een op de zeven volgt een opleiding (17%), al dan niet met een bijbaantje. Eenzelfde deel is werkeloos/werkzoekend of arbeidsongeschikt (9% respectievelijk 7%). De rest (5%) is huisman/-vrouw, zit in de VUT of is met pensioen. Hierbij zijn er geen wezenlijke verschillen tussen de coffeeshops in West en Oost.



Figuur 3.3 Voorkeur voor soort cannabis, naar etniciteit

Cannabisgebruik

Krap driekwart gebruikt dagelijks of bijna dagelijks cannabis (72%), de rest één of een paar keer per week (16%) of minder vaak (12%). Op een dag dat ze blowen, roken ze gemiddeld 3.4 joints (mediaan 3). Meer respondenten roken meestal hasj (48%) dan meestal wiet (37%); de rest heeft geen echte voorkeur (15%). Marokkanen onderscheiden zich hierbij het duidelijkst van de overige bezoekers doordat zij veel vaker de voorkeur geven aan hasj.

Coffeeshopbezoek

De meeste geïnterviewde bezoekers gaan dagelijks (54%) of een paar keer per week (32%) naar de coffeeshop. De rest gaat één keer per week (7%) of minder vaak. Er is hierbij geen verschil tussen West en Oost.

De meeste respondenten kunnen wel aangeven op welk deel van de dag (ochtend, middag of avond) ze meestal een coffeeshop bezoeken, maar er zijn er ook met een minder vast patroon (bijvoorbeeld omdat zij in wisselende diensten werken of doordeweeks 's avonds gaan en in het weekend 's middags). Bezoek 's avonds scoort het hoogst, op flinke afstand volgt de middag. Een klein deel gaat meestal of ook 's ochtends naar de coffeeshop. Het enige verschil tussen West en Oost is dat de respondenten in West vaker (ook) 's middags gaan (40% versus 23%).

Tabel 3.1 Wanneer bezoek je meestal een coffeeshop?

Dagdeel		(Ook) dagdeel	
Meestal/alleen ochtend	4%	(Ook) ochtend	13%
Meestal/alleen middag	18%	(Ook) middag	36%
Meestal/alleen avond	56%	(Ook) avond	71%
Ochtend + middag	7%		
Middag + avond	11%		
Ochtend + avond	3%		
Totaal	101%	Totaal	100%

Tabel 3.1 Wanneer bezoek je meestal een coffeeshop?

Iets meer respondenten gaan alleen of vooral naar de coffeeshop om er cannabis

te halen dan om er te zitten. Ruim een kwart gaat om een combinatie van halen en zitten. Respondenten in West komen vaker alleen of vooral om te zitten, die in Oost vaker alleen of vooral om te halen.

Veel respondenten hebben geen duidelijke voorkeur voor een kleine of een grote coffeeshop, maar als ze wel een voorkeur hebben dan vaker voor een kleine dan een middelgrote. Het minst kiezen ze voor een grote coffeeshop. Respondenten in Oost hebben veel vaker dan die in West geen voorkeur.

Tabel 3.2 Ga je meestal om te halen of te zitten naar een coffeeshop?

	Totaal	West	Oost
Alleen/vooral halen	38%	31%	57%
Alleen/vooral zitten	33%	38%	20%
Allebei ongeveer even veel	29%	31%	23%
Totaal	100%	100%	100%

Tabel 3.2 Ga je meestal om te halen of te zitten naar een coffeeshop?

Een grote meerderheid van de respondenten bezoekt meestal dezelfde coffeeshop (88%). Veruit het vaakst gaan de respondenten lopend naar de coffeeshop. Op de tweede plaats komen ze met de auto (of motor). Daarna volgen, op forse afstand, de fiets en het openbaar vervoer en het minst vaak komen ze met de scooter. Er is hierbij geen verschil tussen West en Oost.

Degenen die met de auto komen, gaan vaker dan de rest alleen of vooral om in de coffeeshop te zitten (42% versus 30%) en minder dan de rest alleen of vooral om te halen (31% versus 41%). Er zijn geen noemenswaardige verschillen tussen de dagdelen in de manier waarop de respondenten naar de coffeeshop gaan. Wel is er verschil naar etniciteit; autochtonen en westerse allochtonen komen verhoudingsgewijs vaker op de fiets, terwijl niet-westerse allochtonen vaker met de auto en ook wat vaker met openbaar vervoer komen.

Tabel 3.3 Bezoek je het liefst een grote of een kleine coffeeshop?

	Totaal	West	Oost
Grote coffeeshop	4%	5%	2%
Tussenin	11%	13%	6%
Kleine coffeeshop	29%	33%	20%
Geen voorkeur	56%	49%	72%
Totaal	100%	100%	100%

Tabel 3.3 Bezoek je het liefst een grote of een kleine coffeeshop?

Favoriete coffeeshop en woonbuurt

Vaak is de coffeeshop waar de respondenten geïnterviewd zijn ook de shop waar

zij het allermeeft komen, oftewel hun favoriete coffeeshop. Gezien het feit dat bijna driekwart van de interviews werden afgenomen in coffeeshop in *De Baarsjes* is het geen grote verrassing dat voor de meeste respondenten de favoriete coffeeshop in dit voormalige stadsdeel is gevestigd. Vrijwel alle respondenten uit *De Baarsjes* hebben hier ook hun favoriete coffeeshop, maar er komen ook veel bezoekers uit de rest van Amsterdam, vooral uit Geuzenveld, Osdorp, Bos en Lommer en Slotervaart. Ook komen er coffeeshopklanten van buiten Amsterdam.

Tabel 3.4 Hoe ga je meestal naar de coffeeshop?

	Totaal	Autochtoon	Westers allochtoon	Niet-westers allochtoon
Lopend	43%	49%	47%	41%
Fiets	13%	22%	34%	9%
Openbaar vervoer	10%	6%	3%	12%
Scoter/mopemotor	6%	6%	0%	6%
Automotor	28%	18%	16%	33%
Totaal	101%	101%	100%	101%

Tabel 3.4 Hoe ga je meestal naar de coffeeshop?

Coffeeshops in *Oost-Watergraafsmeer* trekken relatief veel bezoekers uit dit voormalige stadsdeel, maar ook vrij veel uit Zuidoost (dat een snelle metroverbinding heeft met de Transvaal-/Oosterparkbuurt) en in mindere mate uit Noord (dat via de Piet Heintunnel redelijk snel met de auto bereikbaar is). Andersom bekeken gaan respondenten die in *Oost-Watergraafsmeer* wonen meestal naar coffeeshops in dit voormalige stadsdeel of het aangrenzende Zeeburg.

Coffeeshops in *Zeeburg* trekken overwegend bezoekers uit dit voormalige stadsdeel en uit het aangrenzende *Oost-Watergraafsmeer*. Bezien vanuit de woonbuurt gaan respondenten die in *Zeeburg* wonen overwegend naar coffeeshops in dit voormalige stadsdeel.

Ook al zijn alle respondenten geïnterviewd in coffeeshops in West en Oost, toch ligt de favoriete coffeeshop voor een, weliswaar klein, deel in *Centrum*.

Tabel 3.5 Woonbuurt en buurt van favoriete coffeeshop (N=388)

coffeeshop \ woonbuurt	coffeeshop					TOTAAL
	Centrum	Oost-Watergraafsmeer	Zeeburg	De Baarsjes	Elders	
Centrum	3	2	1	2	0	8
Noord	1	0	0	2	0	3
Oost-Watergraafsmeer	1	25	8	2	3	39
Zeeburg	1	3	20	0	0	24
IJburg	0	0	1	1	0	2
Oud-Zuid	1	0	1	4	0	6
Zuidernestel	0	1	0	4	0	5
De Baarsjes	2	0	0	105	0	107
Bos en Lommer	3	0	0	21	0	24
Westerpark	0	0	0	4	0	4
Oud-West	1	0	0	6	0	7
Oudorp	1	0	0	25	0	26
Geuzenveld	4	0	1	44	1	50
Slotervaart	0	0	0	17	0	17
Zuidoost	0	15	1	0	0	16
Buurgemeente	2	3	2	2	0	9
Elders	2	2	1	12	3	20
Geen antwoord	0	4	2	8	2	16
TOTAAL	22	60	38	259	9	388

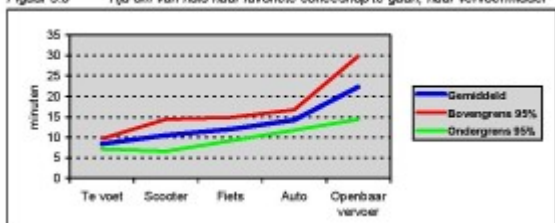
Tabel 3.5 Woonbuurt en buurt van favoriete coffeeshop (N=388)

Afstand tot coffeeshop

De tijd die het in beslag neemt om van hun woonadres naar hun favoriete coffeeshop te gaan varieert van 1 minuut tot 50 minuten. Het gemiddelde is 11.8 minuten (mediaan 10 minuten). De favoriete coffeeshop is niet altijd de dichtstbijzijnde coffeeshop. Het duurt namelijk gemiddeld 5.9 minuten (mediaan 5 minuten) om van huis naar de dichtstbijzijnde coffeeshop te gaan. In beide gevallen is er geen verschil tussen de respondenten in West en Oost.

Degenen die te voet van thuis naar hun favoriete coffeeshop gaan, doen er gemiddeld 8.4 minuten over, terwijl degenen die met openbaar vervoer komen er gemiddeld bijna drie keer zo lang over doen.

Figuur 3.6 Tijd om van huis naar favoriete coffeeshop te gaan, naar vervoermiddel



Afstand en profiel

Respondenten die hoogstens 10 minuten van hun favoriete coffeeshop wonen, verschillen niet van respondenten die er langer vandaan wonen wat betreft leeftijd, etniciteit, hoe vaak ze blowen en hoe vaak ze een coffeeshop bezoeken. De respondenten die er maximaal 10 minuten vandaan wonen, hebben wel iets vaker betaald werk (dan studie/overig), zijn iets vaker vrouw en gaan wat vaker om alleen/vooral te halen dan om te zitten.

Figuur 3.4 Vanuit woonbuurt naar favoriete coffeeshop (indien niet in eigen stadsdeel)



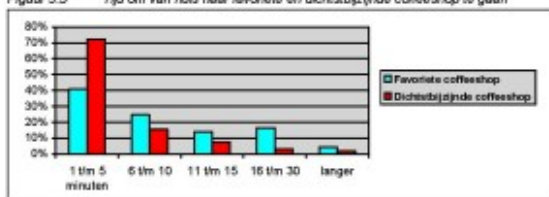
Figuur 3.4 Vanuit woonbuurt naar favoriete coffeeshop (indien niet in eigen stadsdeel)

Coffeeshop in de eigen woonbuurt

Ook al hebben veel respondenten niet veel tijd nodig om naar hun favoriete coffeeshop te gaan, toch hebben ze niet allemaal een coffeeshop in hun eigen woonbuurt. En als die er wel is, gaan ze daar lang niet allemaal naar toe.

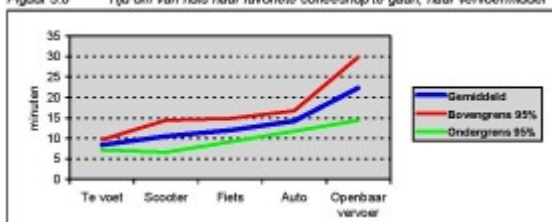
Van de respondenten in Oost bezoekt 60% vaak of zelfs altijd een of meer coffeeshops in hun eigen woonbuurt, tegenover 50% van de respondenten in West. De bezoekers die geïnterviewd zijn in Oost hebben twee keer zo vaak geen coffeeshop in hun woonbuurt. De in West geïnterviewde bezoekers gaan vaker nooit naar een coffeeshop in hun woonbuurt, terwijl die er wel is.

Figuur 3.5 Tijd om van huis naar favoriete en dichtstbijzijnde coffeeshop te gaan



Figuur 3.5 Tijd om van huis naar favoriete en dichtstbijzijnde coffeeshop te gaan

Figuur 3.6 Tijd om van huis naar favoriete coffeeshop te gaan, naar vervoermiddel



Om inzicht te krijgen in de redenen waarom degenen met een coffeeshop in de eigen woonbuurt daar toch niet (altijd) heen gaan, vroegen we degenen die er soms tot ongeveer de helft van de keren naartoe gaan om kort aan te geven

wanneer ze dan wèl gaan. Dit leverde vooral (open) antwoorden die te maken hebben met een zekere *gemakzucht*:

“Alleen als ik ga halen, niet om te zitten.”

“Als ik zin heb in een jointje en niks in huis heb.”

“Als ik snel wat wil halen.”

“Als ik er toevallig langskom.”

“Wanneer ik boodschappen doe.”

“Als ik echt lui ben.”

“Wanneer ik moe ben.”

“Bij slecht weer.”

“Als ik geen vervoer heb.”

“Als ik thuis ben.”

“Wanneer mijn favoriete shop dicht is.”

“Als ik iemand in de buurt tegenkom en we samen willen chillen.”

Daarnaast vroegen we degenen zonder coffeeshop in de eigen woonbuurt of ze er naartoe zouden gaan als die er wel was. Bijna de helft zou dat zeker niet doen. Daar tegenover staat 40% die er waarschijnlijk of zeker wel naartoe zou gaan. We kunnen dus concluderen dat er bij gebruikers wel behoefte bestaat aan een betere spreiding van coffeeshops, maar dat er ook vrij veel gebruikers zijn voor wie dit niet geldt.

Tabel 3.7 Kans naar coffeeshop eigen woonbuurt, als er wel een of meer zou(den) zijn

	Geen coffeeshop in buurt	Wel shop in buurt, maar gaat nooit
Zeker niet	46%	67%
Waarschijnlijk niet	0%	14%
Neutraal	14%	10%
Waarschijnlijk wel	16%	3%
Zeker wel	24%	8%
Totaal	100%	100%

Tabel 3.7 Kans naar coffeeshop eigen woonbuurt, als er wel een of meer zou(den) zijn

Ook vroegen we aan degenen met wel (een) coffeeshop(s) in hun woonbuurt, maar die daar nooit heen gaan, of ze vaker zouden gaan als er daar meer coffeeshops zouden zijn. Bij deze respondenten is hier vrij weinig animo voor; de meerderheid zegt zelfs dit zeker niet te zullen gaan doen.

Ten slotte vroegen we degenen die zeker niet, waarschijnlijk niet of misschien zouden gaan, waarom dit zo is. Het vaakst zeggen ze er *geen behoefte* aan te hebben, vooral omdat ze al een geschikte coffeeshop hebben, met goede of betere

softdrugs, waar ze het gezellig vinden en/of waar ze mensen kennen. En andersom, als er nu al een coffeeshop in de woonbuurt is, dan vinden ze die minder gezellig dan de shop waar ze wel of vaker naartoe gaan.

“Ik ben hier vaste klant.”

“Hier is geen overlast, er komen gewoon nette mensen en ze hebben lekkere koffie.”

“Waar ik nu kom hebben ze meer keus en betere kwaliteit.”

“Ik ga voor de gezelligheid en de goede sfeer.”

“Het heeft niet te maken met de locatie, maar met waar je vrienden zijn.”

“Ik ga voor de sfeer en niet voor de afstand.”

“Ik ga niet voor de de shop, maar voor vrienden en het personeel.”

“Ik heb al een vaste shop en daar ben ik gewend.”

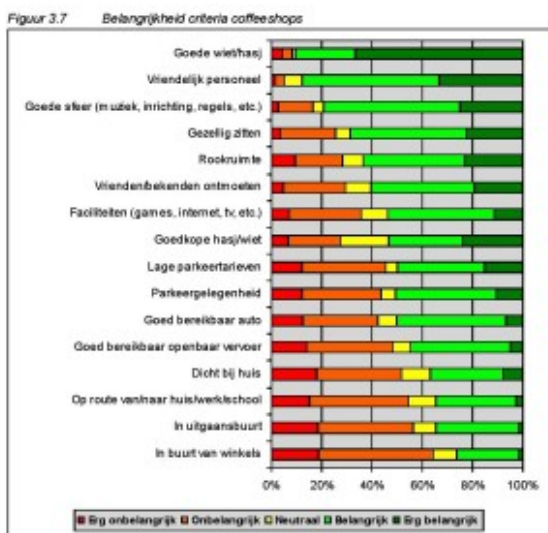
“In die andere shop ken ik niemand.”

Een enkele keer zeggen deze respondenten de buurtshop te mijden om er juist geen bekenden tegen te komen.

“Ik wil niet gezien worden in een coffeeshop in mijn buurt.”

“Daar zijn bekenden en dan krijg je roddels.”

“Ik wil uit respect daar niet gezien worden door anderen.”



Figuur 3.7 Belangrijkheid criteria coffeeshops

Criteria voor coffeeshopbezoek

Aan de respondenten werden 16 criteria voorgelegd, waarvan zij moesten aangeven hoe belangrijk deze waren voor hun eigen coffeeshopbezoek. Bij elk

criterium ('punt') moesten zij kiezen tussen: erg onbelangrijk, belangrijk, neutraal, belangrijk en erg belangrijk. Op alle criteria is er variatie in de antwoorden, maar sommige criteria vinden veel respondenten belangrijk, terwijl andere criteria voor de meesten onbelangrijk zijn.

Bovenaan staan specifieke pullfactoren. Veruit het hoogst scoort de *kwaliteit van de cannabis* ('goede hasj/wiet'). Een forse meerderheid vindt dit zelfs erg belangrijk. Daarna komen specifieke pullfactoren die te maken hebben met de *setting*. Achtereenvolgens zijn dat: vriendelijk personeel, goede sfeer (muziek, inrichting, duidelijke huisregels), gezellig kunnen zitten, aanwezigheid van een rookruimte, vrienden of bekenden kunnen ontmoeten en faciliteiten als games, internet en televisie. **[vii]** Aflopend van ruim 80% tot rond de 60% vindt deze criteria (erg) belangrijk.

Opvallend is dat de *prijs* veel minder dan de kwaliteit een specifieke pullfactor is. Ongeveer de helft vindt 'goedkope hasj/wiet' belangrijk of erg belangrijk, de rest maakt dit weinig uit of vindt het (erg) onbelangrijk.

Algemene pullfactoren

Bij de algemene pullfactoren zien we wat betreft de *bereikbaarheid* op de meeste criteria ruwweg een tweedeling. Ongeveer de helft vindt de volgende punten belangrijk of erg belangrijk: lage parkeertarieven, parkeergelegenheid, goede bereikbaarheid met de auto, goed bereikbaar met het openbaar vervoer. Voor de andere helft doen deze criteria er niet echt toe of zijn ze (erg) onbelangrijk. Twee andere bereikbaarheidscriteria zijn voor de meerderheid onbelangrijk of zelf erg onbelangrijk, namelijk: dicht bij huis en op de route van/naar huis, werk of school.

Tabel 3.7 Kans naar coffeeshop eigen woonbuurt, als er wel een of meer zou/den zijn

	Geen coffeeshop in buurt	Wel shop in buurt, maar gaat nooit
Zeker niet	46%	67%
Waarschijnlijk niet	0%	14%
Neutraal	14%	10%
Waarschijnlijk wel	16%	3%
Zeker wel	24%	6%
Totaal	100%	100%

Figuur 3.8 Bereikbaarheid coffeeshop: percentage (erg) belangrijk

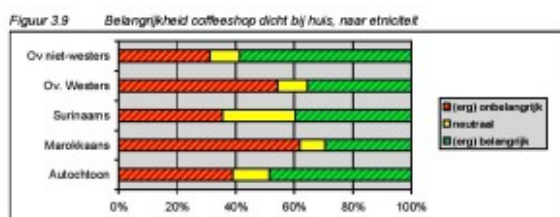
Zoals te verwachten viel, blijken degenen die *met de auto* (of motor) naar de coffeeshop gaan het minder vaak (erg) belangrijk te vinden dat de coffeeshop dicht bij huis is. Ook vinden ze het veel vaker (erg) belangrijk dat de coffeeshop

goed bereikbaar is met de auto, er goede parkeergelegenheid is en de parkeertarieven laag zijn. (Wat betreft bereikbaarheid met het openbaar vervoer is er geen verschil.)

Voor de meeste respondenten is het (erg) onbelangrijk dat een coffeeshop gelegen is in een uitgaansbuurt of in de buurt van winkels. Dit zijn dus over het geheel genomen *geen algemene pullfactoren*.

Criteria en afstand tot favoriete coffeeshop

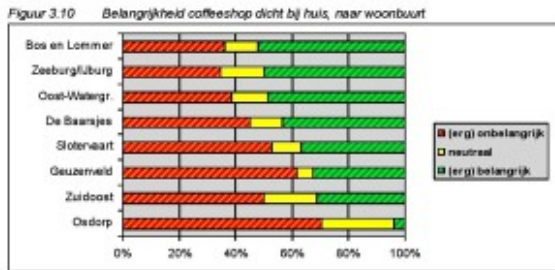
In doorsnee wonen de respondenten 10 minuten van hun favoriete coffeeshop (met het vervoermiddel waarmee ze dit meestal doen). Degenen die minder dan 10 minuten nodig hebben om naar hun favoriete coffeeshop te gaan, blijken slechts op één criterium te verschillen van de rest: ze vinden het vaker (erg) belangrijk dat de shop dicht bij huis is (41% respectievelijk 28%).



Figuur 3.9 Belangrijkheid coffeeshop dicht bij huis, naar etniciteit

Coffeeshop dicht bij huis

De bevinding dat iets meer dan helft het (erg) onbelangrijk vindt dat een coffeeshop dicht bij huis is, valt op twee manieren te interpreteren. Als *algemene pullfactor* weegt dit criterium minder zwaar dan goede bereikbaarheid. De redenering lijkt te zijn: de coffeeshop hoeft niet zo dichtbij te zijn, als je er maar gemakkelijk kunt komen. Een alternatieve verklaring zou kunnen zijn dat respondenten doelbewust kiezen voor (erg) onbelangrijk, omdat zij juist niet willen dat de coffeeshop dicht bij huis is, bijvoorbeeld omdat zij liever niet herkend willen worden door familie of andere mensen uit hun buurt. In dit laatste geval zou er dan sprake zijn van een *specifieke pushfactor*. Dit laatste lijkt het sterkst te gelden voor Marokkaanse coffeeshopbezoekers, want zij vinden het het allervakst (erg) onbelangrijk dat de coffeeshop dicht bij huis ligt. Daarentegen vinden autochtone en andere westerse bezoekers dit het vaakst (erg) belangrijk.



Figuur 3.10 Belangrijkheid coffeeshop dicht bij huis, naar woonbuurt

Kijken we naar de delen van de stad waar relatief veel respondenten wonen, dan springt vooral Osdorp eruit.**[viii]** Daar vindt de grootste meerderheid het (erg) onbelangrijk om coffeeshops in de eigen woonbuurt te hebben. Hier zijn ook vrijwel alle respondenten Marokkaans. Dat laatste geldt ook voor Slotervaart en Geuzenveld-Slotermeer, maar hier is wat meer animo voor coffeeshops dicht bij huis.

Noten

v. Voordat de definitieve vragenlijst werd vastgesteld, zijn eerst informele gesprekken met coffeeshopbezoekers gehouden. Vervolgens is een pilot gedaan onder 15 bezoekers. Voor de enquête onder coffeeshopbezoekers is een klein multi-etnisch team van drie getrainde interviewers ingezet die goed thuis zijn in de leefwereld van coffeeshopbezoekers. De respondenten ontvingen een aansteker als vergoeding voor hun deelname aan het onderzoek.

vi. Nabben et al. (2010).

vii. Jansen (1989) spreekt in dit verband van 'atmosferische concurrentie'.

viii. In deze acht delen van de stad wonen 318 respondenten (78% van het totaal).

LITERATUUR

Benschop, A. et al. (2009) *Coffeeshops in het hart van de stad. Bewoners en toeristen over postcodegebied 1012 in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg Publishers (Bongerreeks nr. 12).

Bieleman, B., Beelen, A., Nijkamp, R. & Bie, E. de (2008) *Coffeeshops in Nederland 2007*. Groningen: Intraval.

Donk, W. van de, et al. (2009) *Geen deuren maar daden. Nieuwe accenten in het Nederlands drugsbeleid*. Den Haag: Ministeries van VWS, Justitie en BZK.

Jansen, A.C.M. (1989) *Cannabis in Amsterdam. Een geografie van hashish en marijuana*. Muiderberg: Coutinho.

Hoofdlijnenbrief drugsbeleid, Ministerie van VWS, 11.09.2009.

Nabben, T., Benschop, A. & Korf, D.J. (2010). *Antenne 2009; Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Vogels, N., Rigter, S., Dijk, P. van & Niesink, R. (2010) *De tabaksvrije coffeeshop. Ge-volgen van de invoering van de rookvrije horeca voor Nederlandse coffeeshops*. Utrecht: Trimbos-instituut.

Coffeeshops, bezoekersstromen, motieven voor bezoek en spreiding in Amsterdam ~ Stevige blowers in en rond Amsterdam



Naast de enquête onder bezoekers van coffeeshops in West en Oost zijn gegevens geanalyseerd van cannabisgebruikers die meedoen aan een lopend onderzoek naar de ontwikkelingen in hun gebruik. Dit betreft een groep van ‘stevige blowers’ die aan het begin van het onderzoek (in 2008) tussen de 18 en 30 jaar waren en minstens drie dagen per week blowden. Deze groep wordt drie jaar gevolgd. **[ix]** We beperken ons in dit rapport tot degenen die in Amsterdam of buurgemeenten (Diemen, Duivendrecht, Badhoevedorp, Amstelveen) wonen.

Deze gebruikers zijn aan het begin van het onderzoek geworven in coffeeshops of via andere gebruikers (sneeuwbalmethode). In Amsterdam werden deze gebruikers geworven in zo’n 20 verschillende coffeeshops verspreid over de hele stad, behalve in coffeeshops waar vooral toeristen komen. Omdat de gebruikers ook via-via zijn geworven is het lijstje van de meest bezochte Amsterdamse coffeeshops veel langer (rond de 100 verschillende coffeeshops).

Na het eerste interview is deze gebruikers in 2009 onder andere gevraagd welke coffeeshop zij altijd of het vaakst bezoeken. Buiten beschouwing gelaten zijn

degenen die na het eerste interview (tijdelijk) zijn gestopt met blowen. Zo blijven in de eerste ronde 161 gebruikers uit Amsterdam of buurgemeenten over. In 2010 is het onderzoek herhaald en bij deze tweede ronde beschikken we over gegevens van 202 (grotendeels dezelfde) respondenten uit Amsterdam en buurgemeenten.

Profiel

In vergelijking met de coffeeshopbezoekers uit het vorige hoofdstuk zijn de stevige blowers (bij de tweede ronde) gemiddeld zes jaar jonger; dat komt omdat de maximumleeftijd om aan het onderzoek mee te mogen doen bij de start 30 jaar was. Ook zijn ze vaker van het vrouwelijk geslacht (21% versus 11%) en veel vaker autochtoon (58% versus 18%). Slechts een kleine minderheid is Marokkaans (5% versus 48%).

Coffeeshopbezoek

Alleen in de tweede ronde hebben we aan de stevige blowers dezelfde vragen gesteld als aan de coffeeshopbezoekers. Hun favoriete coffeeshop ligt ongeveer even ver van hun woning als bij de respondenten uit het vorige hoofdstuk (gemiddeld 10.2 versus 11.8 minuten). De stevige blowers gaan echter veel minder vaak dagelijks naar de coffeeshop, namelijk één op de tien, tegenover ruim de helft van de coffeeshopbezoekers. Bijna één op de tien gaat zelden of nooit, omdat zij hun hasj of wiet niet zelf kopen of, in sommige gevallen, hun eigen wiet kweken. Als ze wel naar de coffeeshop gaan, is dat veel vaker alleen of vooral om cannabis te halen. Ook gaan de stevige blowers veel vaker op de fiets naar de coffeeshop en veel minder met de auto. In beide groepen hebben veel respondenten geen duidelijke voorkeur voor een kleine of een grote coffeeshop, maar als ze wel een voorkeur hebben dan vaker voor een kleine dan een middelgrote. Beide groepen kiezen het minst voor een grote coffeeshop.

Tabel 4.1 Hoe vaak bezoek je een coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Eén keer	15%	42%	54%
Meer keer per week	18%	12%	30%
1 keer per week	18%	18%	3%
Minder vaak	11%	11%	-
Zelden/nooit	10%	10%	-
Totaal	100%	100%	100%

Tabel 4.2 Ge je meestal om te halen of te zitten naar een coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Alleen/vooral halen	75%	82%	36%
Alleen/vooral zitten	4%	4%	55%
Allesbeide ongeveer even veel	13%	14%	20%
Zelden of nooit	10%	-	-
Totaal	100%	100%	100%

Tabel 4.3 Bezoek je het liefst een grote of een kleine coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Grote coffeeshop	6%	7%	4%
Tussenin	14%	16%	11%
Kleine coffeeshop	31%	34%	20%
Geen voorkeur	38%	43%	55%
Gaat zelden of nooit	10%	-	-
Totaal	99%	100%	100%

Tabel 4.4 Hoe ga je meestal naar de coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Lopen	35%	38%	43%
Fiets	34%	38%	13%
Openbaar vervoer	11%	12%	15%
Scotter/rommer	4%	4%	6%
Auto/motor	6%	7%	26%
Gaat zelden of nooit	10%	-	-
Totaal	100%	100%	101%

Waar naar de coffeeshop?

Aan de hand van de postcode zijn de coffeeshops ingedeeld in de voormalige (deels nog huidige) stadsdelen. Hetzelfde is gedaan met het woonadres van de respondenten. We hebben de voormalige stadsdelen aangehouden om beter inzicht te krijgen in de 'mobiliteit' van deze gebruikers. Waren we uitgegaan van de nieuwe stadsdelen, dan zouden we een veel grover beeld krijgen.

Tabel 4.5 laat zien dat de gebruikers van de eerste ronde over de hele stad verspreid wonen. Ook hun favoriete coffeeshop ligt sterk verspreid over de stad. Tegelijkertijd is er een scheve verdeling wanneer we woonbuurt en coffeeshopbuurt met elkaar combineren. Coffeeshops in *Centrum* scoren het hoogst. Dat is op zich niet zo'n verrassing, want ongeveer de helft van alle Amsterdamse coffeeshops is hier gevestigd. Heel duidelijk blijkt dat coffeeshops in Centrum gebruikers uit de hele stad en ook buurgemeenten trekken. De ongelijke spreiding van coffeeshops in de rest van de stad kan mede verklaren waarom de stevige blowers verhoudingsgewijs vaak naar coffeeshops in bepaalde (voormalige) stadsdelen gaan. *De Baarsjes* staat op de tweede plaats. De meeste gebruikers die hier naar de coffeeshop gaan, wonen zelf in De Baarsjes, in omliggende buurten of het westen van Amsterdam (de voormalige stadsdelen Slotervaart, Osdorp en Geuzenveld-Slotermeer; in Tabel 4.5 "West (overig)").

Oud-Zuid staat op nummer drie en hier gaan vooral de gebruikers naartoe die zelf in dit (voormalige) stadsdeel of omliggende buurten wonen, maar ook verder weg in het oosten of het westen van Amsterdam. Een mogelijke verklaring is de uitgaansfunctie van *De Pijp* in dit voormalige stadsdeel. De vierde plaats wordt ingenomen door Westerpark; de coffeeshops hier zijn vooral in trek bij gebruikers uit dat (voormalige) stadsdeel. Op de vijfde plaats staan coffeeshops in *Oost-Watergraafsmeer*, met gebruikers uit dit (voormalige) stadsdeel, Centrum en buurgemeenten.

Tabel 4.1 Hoe vaak bezoek je een coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Elke dag	15%	32%	54%
Plus keer per week	42%	33%	33%
1 keer per week	18%	7%	7%
Minder vaak	18%	-	-
Zelden/nooit	11%	-	-
Totaal	100%	100%	100%

Tabel 4.2 Ge je meestal om te halen of te zitten naar een coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Alleen/vooral halen	73%	82%	38%
Alleen/vooral zitten	4%	4%	33%
Allesbei ongeveer even veel	13%	14%	29%
Zelden of nooit	10%	-	-
Totaal	100%	100%	100%

Tabel 4.3 Bezoek je het liefst een grote of een kleine coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Grote coffeeshop	6%	7%	4%
Tussenin	14%	16%	11%
Kleine coffeeshop	31%	34%	29%
Geen voorkeur	38%	43%	56%
Gaat zelden of nooit	10%	-	-
Totaal	99%	100%	100%

Tabel 4.4 Hoe ga je meestal naar de coffeeshop?

	Stevige blowers		Coffeeshopbezoekers
	Totaal	Wiel coffeeshop	
Loopend	35%	38%	43%
Fiets	34%	38%	13%
Openbaar vervoer	11%	12%	16%
Scotter/brommer	4%	4%	6%
Auto/motor	6%	7%	26%
Gaat zelden of nooit	10%	-	-
Totaal	100%	100%	101%

In de tweede ronde (2010) zien we lichte verschuivingen in woonbuurt, vooral wat meer respondenten wonen nu in Centrum. Niet alle gebruikers gaan ook naar de coffeeshop, zodat we alleen kunnen kijken naar de 174 respondenten die dit wel doen. Tabel 4.6 laat zien dat de favoriete coffeeshop nog steeds sterk verspreid ligt over de stad en ook dat er nog steeds een scheve verdeling is wanneer we woonbuurt en coffeeshopbuurt met elkaar combineren.

Coffeeshops in *Centrum* scoren wederom het hoogst, *De Baarsjes* blijft op de tweede en *Oud-Zuid* op de derde plaats staan. *Zeeburg* stond bij de eerste meting niet in de top vijf, maar staat nu op nummer vier. *Westerpark* schuift van de vierde naar de vijfde plaats en deelt die met *Oud-West*, dat de vorige keer niet in de top vijf stond. *Oost-Watergraafsmeer* verdwijnt uit de top vijf.

Wat betreft de relatie tussen woonbuurt en buurt waarin de favoriete coffeeshop ligt, is het beeld van 2010 (Figuur 4.2) grotendeels hetzelfde als dat van in 2009 (Figuur 4.1). Coffeeshops in *Centrum* blijven gebruikers uit de hele stad en ook uit buurgemeenten trekken. En de ongelijke spreiding van coffeeshops in de rest van de stad kan nog steeds mede verklaren waarom de stevige blowers verhoudingsgewijs vaak naar coffeeshops in bepaalde (voormalige) stadsdelen gaan. Ongeveer de helft van de gebruikers die in *De Baarsjes* naar de coffeeshop gaan, woont zelf in dit deel van de stad en de rest meestal in omliggende buurten of het westen van Amsterdam (de voormalige stadsdelen Slotervaart, Osdorp en Geuzenveld-Slotermeer). Naar coffeeshops in *Oud-Zuid* gaan ook in 2010 vooral de gebruikers die zelf in dit (voormalige) stadsdeel of omliggende buurten wonen. Coffeeshops in *Zeeburg* zijn vooral in trek bij respondenten uit dit voormalige stadsdeel en het nabijgelegen voormalige stadsdeel Oost-Watergraafsmeer.

Figuur 4.1 Versuil woonbuurt naar favoriete coffeeshop (indien niet in eigen stadsdeel) in 2008



Coffeeshops in *Westerpark* zijn vooral in trek bij gebruikers uit dit (voormalige) stadsdeel en omliggende buurten. En coffeeshops in *Oud-West* trekken vooral respondenten uit dit voormalige stadsdeel en omliggende buurten.

Figuur 4.2 Versuil woonbuurt naar favoriete coffeeshop (indien niet in eigen stadsdeel) in 2012



Coffeeshop in de eigen woonbuurt

Minder dan één op de tien stevige blowers heeft geen coffeeshop in hun eigen woon-buurt (9%). Zou die er wel zijn, dan zou de helft hiervan er waarschijnlijk (8x) of zeker wel (1x) naartoe gaan. Iets meer respondenten hebben wel een of meer coffeeshops in hun woonbuurt, maar gaan er nooit heen (12%). Zouden er meer coffeeshops in hun woonbuurt zijn, dan zou dat weinig uitmaken. Verreweg de meesten zouden er zeker niet (19x) of waarschijnlijk niet (3x) naartoe gaan. Slechts twee respondenten zeggen dat ze dat dan zeker wel zouden doen.

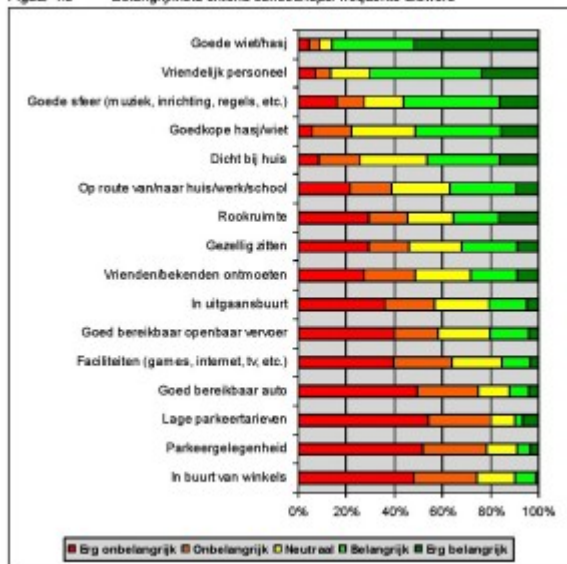
Criteria voor coffeeshopbezoek

De stevige blowers is in de interviews van 2010 dezelfde lijst met 16 criteria voor coffeeshops voorgelegd als die bij de coffeeshopbezoekers in West en Oost (hoofdstuk 3).

Specifieke pullfactoren

Net als bij de coffeeshopbezoekers in hoofdstuk 3 staan specifieke pullfactoren bovenaan. Veruit het hoogst scoort de *kwaliteit van de cannabis* ('goede hasj/wiet'). Ongeveer de helft vindt dit zelfs erg belangrijk. Daarna komen specifieke pullfactoren die te maken hebben met de setting, namelijk vriendelijk

Figuur 4.3 Belangrijkheid criteria coffeeshops: frequente blowers



personeel en goede sfeer (muziek, inrichting, duidelijke huisregels, etc.).

Andere aspecten van de setting scoren beduidend lager: gezellig kunnen zitten, aanwezigheid van een rookruimte, vrienden of bekenden kunnen ontmoeten en faciliteiten als games, internet en televisie. Ongeveer de helft vindt de prijs ('goedkope hasj/wiet') belangrijk of erg belangrijk.

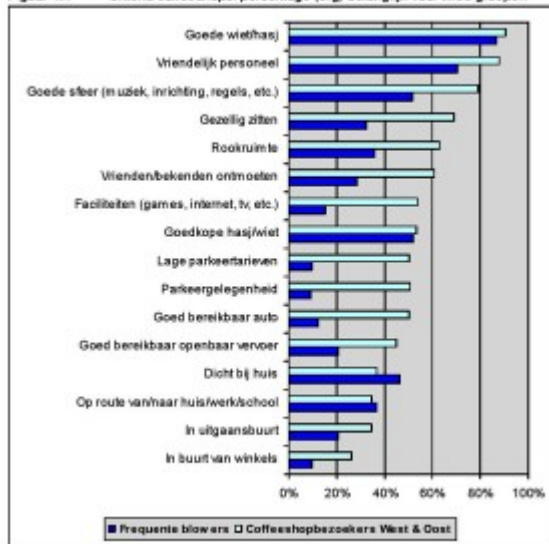
Algemene pullfactoren

Bij de algemene pullfactoren zien we bij de *bereikbaarheid* op sommige criteria nogal wat verdeeldheid. Voor zover respondenten bereikbaarheid belangrijk of erg belangrijk vinden, geldt dit vooral voor: dicht bij huis en op de route van/naar huis, werk of school. Goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer vinden de meesten niet (erg) belang-rijk. Een forse meerderheid hecht geen belang aan goede bereikbaarheid met de auto, lage parkeertarieven en parkeergelegenheid. Ook is het voor de meeste respondenten (erg) onbelangrijk dat een coffeeshop gelegen is in een uitgaansbuurt of in de buurt van winkels. Dit zijn dus over het geheel genomen *geen algemene pullfactoren*.

Coffeeshop dicht bij huis

Ongeveer de helft vindt het (erg) belangrijk dat een coffeeshop dicht bij huis is, terwijl ongeveer een kwart het (erg) onbelangrijk vindt. Nabijheid bij huis is dus kennelijk vooral een *pullfactor*.

Figuur 4.4 Criteria coffeeshops: percentage (erg) belangrijk voor twee groepen



Vergelijking met coffeeshopbezoekers in West en Oost

Net als de coffeeshopbezoekers vinden de stevige blowers de kwaliteit van cannabis veruit het belangrijkste en hechten zij in meerderheid aan vriendelijk personeel en aan een goede sfeer in de coffeeshop. Maar er zijn ook duidelijke verschillen. Voor de overzichtelijkheid is in Figuur 4.4 voor beide onderzochte groepen per criterium het percentage weergegeven dat dit (erg) belangrijk vindt.

Allereerst valt op dat over de hele linie de stevige blowers lager scoren dan coffeeshopbezoekers uit West en Oost. De belangrijkste uitzonderingen zijn: coffeeshop dicht bij huis en op de route van/naar huis, werk of school. Indien nabijheid bij huis zou fungeren als *specifieke pushfactor*, dan geldt dit in elk geval in veel mindere mate voor de stevige blowers dan voor de coffeeshopbezoekers uit het vorige hoofdstuk. Die waren veel vaker Marokkaans dan de stevige blowers en Marokkaanse coffeeshopbezoekers vonden veruit het vaakst nabijheid van de coffeeshop bij thuis (erg) onbelangrijk. Verder hechten beide groepen evenveel belang aan de kwaliteit en (in mindere mate) de prijs van hasj en wiet.

Ten tweede vinden de stevige blowers de bereikbaarheid veel minder belangrijk, vooral als het om de auto gaat. Dit kan vooral verklaard worden door het feit dat slechts een zeer klein deel meestal met de auto naar de coffeeshop komt.

In de derde plaats hechten de stevige blowers minder belang aan de setting. Dit geldt vooral voor: gezellig kunnen zitten, aanwezigheid van een rookruimte, vrienden of bekenden kunnen ontmoeten en faciliteiten als games, internet en televisie. De meest voor de hand liggende verklaring is dat de meeste stevige blowers vooral of alleen naar de coffeeshop gaan om er cannabis te kopen ('halers').

Noot

ix. Dit onderzoek (CanDep) wordt uitgevoerd door het Trimbos-instituut en het Bonger Instituut. De extra vragen zijn alleen gesteld aan de respondenten van het Bonger Instituut.

LITERATUUR

Benschop, A. et al. (2009) *Coffeeshops in het hart van de stad. Bewoners en toeristen over postcodegebied 1012 in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg Publishers (Bongerreeks nr. 12).

Bieleman, B., Beelen, A., Nijkamp, R. & Bie, E. de (2008) *Coffeeshops in Nederland 2007*. Groningen: Intraval.

Donk, W. van de, et al. (2009) *Geen deuren maar daden. Nieuwe accenten in het Nederlands drugsbeleid*. Den Haag: Ministeries van VWS, Justitie en BZK.

Jansen, A.C.M. (1989) *Cannabis in Amsterdam. Een geografie van hashish en marijuana*. Muiderberg: Coutinho.

Hoofdlijnenbrief drugsbeleid, Ministerie van VWS, 11.09.2009.

Nabben, T., Benschop, A. & Korf, D.J. (2010). *Antenne 2009; Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Vogels, N., Rigter, S., Dijk, P. van & Niesink, R. (2010) *De tabaksvrije coffeeshop. Gevolgen van de invoering van de rookvrije horeca voor Nederlandse coffeeshops*. Utrecht: Trimbos-instituut.

Coffeeshops, bezoekersstromen, motieven voor bezoek en spreiding in Amsterdam ~ Samenvatting en conclusie



In dit rapport ligt de focus op de *vraagzijde* van de Amsterdamse coffeeshopmarkt. Tussen eind april en eind juni 2010 zijn in Amsterdam in acht coffeeshops in West en vier in Oost (zie hoofdstuk 2) 407 bezoekers geïnterviewd (73% in West, 27% in Oost). Dat gebeurde zowel doordeweeks als in het weekend en verspreid over de dag. De onderzochte coffeeshops en hun bezoekers zijn niet representatief voor alle Amsterdamse coffeeshops; dat was een bewuste keuze omdat vooral is gekeken naar gebieden

waar (rondom sommige coffeeshops) meer dan gemiddeld overlast was gesignaleerd. In vergelijking met recent soortgelijk onderzoek (Antenne) in coffeeshops verspreid over de hele stad zijn er enkele demografische verschillen, maar ook nu blowt ongeveer driekwart (bijna) dagelijks. **[x]**

Aanvullend zijn in een lopend onderzoek onder 'stevige blowers' uit heel Amsterdam en buurgemeenten enkele extra vragen gesteld over coffeeshopbezoek (161 in 2009 en 202 in het voorjaar van 2010). In dit lopende onderzoek is wel de hele stad bestreken.

Afzonderlijk en gezamenlijk zijn de steekproeven niet representatief voor alle Amsterdamse cannabisgebruikers, maar vooral degenen die relatief vaak cannabis gebruiken. Toeristen zijn steeds buiten beschouwing gelaten.

Bezoekersstromen

In West en Oost varieert het aantal bezoekers per coffeeshop van een kleine kring van hoofdzakelijk vaste klanten tot 200-300 per dag. 's Ochtends komen de minste klanten, 's middags meer en in de meeste coffeeshops is de piek achter in de middag en in de vroege avond. Sommige coffeeshops trekken overwegend - soms uitsluitend - halers. In West zijn er iets meer zitters dan halers, in Oost zijn er meer halers dan zitters. (Bij de 'stevige blowers' zijn de halers veruit in de meerderheid).

Overall zijn mannelijke bezoekers fors in de meerderheid en er zijn coffeeshops, vooral in West, waar nauwelijks of geen vrouwen komen. De meeste bezoekers zijn twintiger of dertiger, maar er komen zowel in West als Oost ook 40-plussers. Met iets meer dan de helft vormen Marokkaanse bezoekers de grootste etnische groep in West. In Oost is er meer etnische variatie en komen ook vrij veel Surinamers en autochtonen in de coffeeshop. (Van de stevige blowers' is slechts 5% Marokkaans).

De grootste groep bezoekers in zowel West als Oost komt te voet naar de coffeeshop. Iets meer dan een kwart komt met de auto (of motor). De rest komt op de fiets, met het openbaar vervoer of met de scooter. Autochtonen en westerse allochtonen komen veel vaker op de fiets en minder met de auto dan niet-westerse allochtonen. (Dit patroon wordt bevestigd door de 'stevige blowers').

De meerderheid van de bezoekers in West en Oost woont niet ver van de coffeeshop. Gemiddeld duurt het krap 12 minuten om van thuis naar de meest favoriete coffeeshop te gaan. Coffeeshops in het voormalige stadsdeel De Baarsjes trekken relatief veel klanten uit de voormalige stadsdelen Osdorp, Geuzenveld-Slotermeer en Slotervaart. In Oost komen, naast veel bezoekers uit de voormalige

stadsdelen Oost-Watergraafsmeer en Zeeburg, vooral bezoekers uit Zuidoost (naar Transvaal-/Oosterparkbuurt) en in mindere mate uit Noord (naar Indische buurt).

De 'stevige blowers' wonen meer over de stad verspreid, maar ongeveer even ver van hun favoriete coffeeshop als de gebruikers die werden geïnterviewd in West en Oost. Zij gaan vaak naar een coffeeshop in hun woonbuurt, maar trekken opvallend veel naar coffeeshops in Centrum. Tegelijkertijd zien we dat stevige blowers uit westelijke delen van Amsterdam relatief vaak naar coffeeshops in het voormalige stadsdeel De Baarsjes gaan.

Motieven voor coffeeshopbezoek

De motieven voor coffeeshopbezoek zijn in interviews met de coffeeshopbezoekers in West en Oost en met de 'stevige blowers' in kaart gebracht aan de hand van 16 criteria.

Bij zowel de bezoekers in West als in Oost staan *specifieke pullfactoren* bovenaan. Veruit het hoogst scoort de *kwaliteit van de cannabis*. Daarna komen specifieke pullfactoren die te maken hebben met de *setting*. Achtereenvolgens zijn dat: vriendelijk personeel, goede sfeer (muziek, inrichting, duidelijke huisregels, etc.), gezellig kunnen zitten, aanwezigheid van een rookruimte, vrienden of bekenden kunnen ontmoeten en faciliteiten als games, internet en televisie. Aflopend van ruim 80% tot rond de 60% vindt deze criteria (erg) belangrijk. Opvallend is dat de *prijs* veel minder dan de kwaliteit een specifieke pullfactor is. Ongeveer de helft vindt 'goedkope hasj/wiet' belangrijk of erg belangrijk, de rest maakt dit weinig uit of vindt het (erg) onbelangrijk.

Bij de *algemene pullfactoren* zien we wat betreft de *bereikbaarheid* bij de coffeeshopbezoekers in West en Oost op de meeste criteria ruwweg een tweedeling. Ongeveer de helft vindt de volgende punten belangrijk of erg belangrijk: lage parkeertarieven, parkeergelegenheid, goede bereikbaarheid met de auto, goed bereikbaar met het openbaar vervoer. Voor de andere helft doen deze criteria er niet echt toe of zijn ze (erg) onbelangrijk.

Twee andere bereikbaarheidscriteria zijn voor de meerderheid onbelangrijk of zelfs erg onbelangrijk, namelijk: dicht bij huis en op de route van/naar huis, werk of school. Hoe meer tijd respondenten nodig hebben om naar hun favoriete coffeeshop te gaan (met het vervoermiddel waarmee ze dit meestal doen), hoe minder belangrijk ze het vinden dat de shop dicht bij huis is. Dat is ook het enige criterium waarbij de afstand van de woning tot de coffeeshop verschil maakt.

Coffeeshopbezoekers die met de auto (of motor) komen vinden het minder vaak

(erg) belangrijk dat de coffeeshop dicht bij huis is. Daarentegen vinden ze het veel vaker (erg) belangrijk dat de coffeeshop goed bereikbaar is met de auto, er goede parkeergelegenheid is en de parkeertarieven laag zijn. (Wat betreft bereikbaarheid met het openbaar vervoer is er geen verschil.) Voor de meeste respondenten is het (erg) onbelangrijk dat een coffeeshop gelegen is in een uitgaansbuurt of in de buurt van winkels. Dit zijn dus over het geheel genomen geen *algemene pullfactoren*.

Iets meer dan helft van de coffeeshopbezoekers in West en Oost vindt het (erg) onbelangrijk dat een *coffeeshop dicht bij huis is*. Als *algemene pullfactor* weegt dit criterium minder zwaar dan goede bereikbaarheid. Mogelijk vinden gebruikers dat de coffeeshop niet zo dichtbij hoeft te zijn, als je er maar gemakkelijk kunt komen.

Maar het zou ook kunnen zijn dat respondenten juist niet willen dat de coffeeshop dicht bij huis is, bijvoorbeeld omdat zij liever niet herkend willen worden door familie of andere mensen uit hun buurt. In dat geval is er sprake van een *specifieke pushfactor*. Dit lijkt het sterkst te gelden voor Marokkaanse coffeeshopbezoekers, want zij hebben het allerm minst behoefte aan een coffeeshop dicht bij huis. Daarentegen vinden autochtone en andere westerse bezoekers dit het vaakst (erg) belangrijk. Vooral de (overwegend Marokkaanse) respondenten uit het voormalige stadsdeel Osdorp - en in mindere mate ook die uit Slotervaart en Geuzenveld-Slotermeer - vinden het (erg) onbelangrijk om coffeeshops in de eigen woonbuurt te hebben.

Over de hele linie scoren de 'stevige blowers' lager op de voorgelegde criteria dan coffeeshopbezoekers uit West en Oost. De coffeeshop dicht bij huis vinden de stevige blowers echter vaker belangrijk en dat ondersteunt de indruk dat dit een *specifieke pushfactor* is voor (een deel van de) Marokkaanse coffeeshopbezoekers in West.

Wat betreft de *algemene pullfactoren* vinden de stevige blowers de bereikbaarheid veel minder belangrijk dan de bezoekers in West en Oost, vooral als het om de auto gaat. Dit kan vooral verklaard worden door het feit dat slechts een zeer klein deel meestal met de auto naar de coffeeshop komt.

Net als de coffeeshopbezoekers vinden de stevige blowers de kwaliteit van cannabis veruit het belangrijkste en *hechten zij in meerderheid aan vriendelijk personeel en aan een goede sfeer in de coffeeshop*. Wat betreft de *andere specifieke pullfactoren* hechten de stevige blowers minder belang aan de setting.

De meest voor de hand liggende verklaring is dat de meeste stevige blowers vooral of uitsluitend halers zijn.

Criteria voor spreiding

Vaak hebben de onderzochte cannabisgebruikers niet veel tijd nodig om van huis naar de coffeeshop te gaan. Hierbij moet wel aangetekend worden dat de onderzochte gebieden in West en Oost goed bereikbaar zijn met het openbaar vervoer en vaak ook met de auto. Voor halers zijn parkeerplaatsen voor de auto belangrijker dan voor zitters, en voor zitters is de setting (zoals gezelligheid, vriendelijk personeel, rookruimte) belangrijker dan voor halers.

Een goede kwaliteit van de cannabis vinden vrijwel alle gebruikers belangrijk, wat betreft de prijs is het beeld minder eenduidig. De aanwezigheid van winkels of uitgaansgelegenheden lijkt niet zo relevant te zijn. Over het geheel genomen prefereren gebruikers kleinere boven grotere coffeeshops.

Uitgaand van de vraagzijde, lijkt spreiding het meest aangewezen naar de westelijke tuinsteden en naar Zuidoost. Naast het gegeven dat bestuurlijk en politiek, alsmede vanuit de coffeeshopsector andere overwegingen kunnen spelen, is er het dilemma dat relatief veel (Marokkaanse) cannabisgebruikers uit de westelijke tuinsteden vooralsnog niet erg enthousiast lijken voor coffeeshops dichterbij huis.

Noot

x. De nu geïnterviewde bezoekers zijn 2½ jaar ouder, nog minder vaak vrouwen vaker allochtoon. Ook hebben ze vaker werk en zijn ze minder vaak scholier of student.

LITERATUUR

Benschop, A. et al. (2009) *Coffeeshops in het hart van de stad. Bewoners en toeristen over postcodegebied 1012 in Amsterdam*. Amsterdam: Rozenberg Publishers (Bongerreeks nr. 12).

Bieleman, B., Beelen, A., Nijkamp, R. & Bie, E. de (2008) *Coffeeshops in Nederland 2007*. Groningen: Intraval.

Donk, W. van de, et al. (2009) *Geen deuren maar daden. Nieuwe accenten in het Nederlands drugsbeleid*. Den Haag: Ministeries van VWS, Justitie en BZK.

Jansen, A.C.M. (1989) *Cannabis in Amsterdam. Een geografie van hashish en marijuana*. Muiderberg: Coutinho.

Hoofdlijnenbrief drugsbeleid, Ministerie van VWS, 11.09.2009.

Nabben, T., Benschop, A. & Korf, D.J. (2010). *Antenne 2009; Trends in alcohol, tabak en drugs bij jonge Amsterdammers*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Vogels, N., Rigter, S., Dijk, P. van & Niesink, R. (2010) *De tabaksvrije coffeeshop. Ge-volgen van de invoering van de rookvrije horeca voor Nederlandse coffeeshops*. Utrecht: Trimbos-instituut.

Gezondheidsrisicogedrag onder mannelijke gedetineerden ~ Inhoudsopgave & Lijst met afkortingen



Photo:

www.drtoomconnor.com

m

Tatoeages, piercings, boegroes, seks & injecteren van drugs en anabolen

In de Nederlandse gevangenis komen gedragingen voor die een risico vormen voor de gezondheid van gedetineerden en voor anderen (bewakers, de

maatschappij buiten detentie). Dit is niet alleen in Nederland zo. Gevangenis- en detentievormen overall ter wereld een groot risico voor het overdragen van infectieziekten (Hellard et al., 2004; Babudieri et al., 2005). Deze risico's zijn ongewenst en passen niet in het streven naar humane en correcte tenuitvoerlegging van straffen en maatregelen. De Dienst Justitiële Inrichtingen (DJI) van het Ministerie van Justitie heeft dan ook in 2008 een meerjarenplan Infectieziektenbeleid voor de periode 2008-2012 opgesteld. Doel van dit beleid is te voorkomen dat infectieziekten zich verspreiden binnen de justitiële inrichtingen en in de maatschappij.

Rozenberg Publishers - 2010 - ISBN: 978 90 3610 226 1 - © 2010 WODC, Ministerie van Justitie, auteursrechten voorbehouden

Inhoudsopgave:

[1 Intro](#)

2 Survey onder gedetineerden

3 Respondenten

4 Kennis van gezondheidsrisico's

5 Spuiten van drugs en anabolen

6 Tatoeages

7 Piercings en boegroes

8 Seks en seksueel overdraagbare aandoeningen

9 Schattingen van onveilig gedrag in aantallen

10 Risico: Combinaties en kennis

11 Preventiebeleid

12 Samenvatting en conclusies

13 Summary and conclusions

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoeks- en Documentatie Centrum van het Ministerie van Justitie.

Tot de begeleidingscommissie behoorden:

prof. dr. A.P. Verhoeff, Universiteit van Amsterdam, GGD Amsterdam

dr. P. van Empelen, TNO

drs. G.I.C.M. van 't Hoff, DJI, Ministerie van Justitie

dr. J.H.L.J. Janssen, regiopolitie Haaglanden

A.C.G.L. de Jonge

dr. M.M.J. van Ooyen-Houben, WODC, Ministerie van Justitie

Lijst met afkortingen:

BBI Beperkt Beveiligde Inrichting
BZT Bezoek Zonder Toezicht
DC Detentie Centrum
DJI Dienst Justitiële Instellingen
EBI Extra Beveiligde Inrichting
FSU Forensische Schakel Unit
GeDeCo Gedetineerden Commissie
HCV Hepatitis C Virus
HvB Huis van Bewaring
IBA Individuele Begeleidings Afdeling
IDU Intravenous Drug User (intraveneuze druggebruiker)
ISD Inrichting Stelselmatige Daders
ISS Inkomsten, Screening en Selectieproces
JJI Justitiële Jeugd Inrichting
LABG Landelijke Afdeling Beheersgevaarlijke Gedetineerden
MGW Modernisering Gevangenis Wezen
MPC Meerpersoons Cellen
PI Penitentiaire Inrichting
PIW-er Penitentiaire InrichtingsWerker
PPC Penitentiair Psychiatrisch Centrum
PSC Psychiatrisch Selectie Centrum
RBB Relatie Bevorderend Bezoek
SOV Strafrechtelijke Opvang Verslaafden
UC Uitzet Centrum
VRIS Vreemdelingen in Strafrecht
ZBBI Zeer Beperkt Beveiligde Inrichting

Gezondheidsrisicogedrag onder mannelijke gedetineerden ~ Intro



Photo: ghostcitytours.com

In de Nederlandse gevangenissen komen gedragingen voor die een risico vormen voor de gezondheid van gedetineerden en voor anderen (bewakers, de maatschappij buiten detentie). Dit is niet alleen in Nederland zo. Gevangenissen vormen overal ter wereld een groot risico voor het overdragen van infectieziekten (Hellard et al., 2004; Babudieri et al., 2005). Deze risico's zijn ongewenst en passen niet in het streven naar humane en correcte tenuitvoerlegging van straffen en maatregelen. De Dienst Justitiële Inrichtingen (DJI) van het Ministerie van Justitie heeft dan ook in 2008 een meerjarenplan Infectieziektenbeleid voor de periode 2008-2012 opgesteld. Doel van dit beleid is te voorkomen dat infectieziekten zich verspreiden binnen de justitiële inrichtingen en in de maatschappij. Het beleid is gebaseerd op het equivalentiebeginsel [i].

In 2007 voerde DJI een 'quick scan' uit naar gedrag onder gedetineerden dat het risico op infectieziekten vergroot, waarbij personeel van justitiële inrichtingen bevraagd werd. Deze scan bevestigde het voorkomen van dit risicogedrag, waarbij seksuele contacten, intraveneus spuiten, delen van parafernalia voor drugsgebruik, tatoeëren en piercen onder onveilige omstandigheden en prik-bijtspat incidenten genoemd werden (Van 't Hoff, 2007). Buiten deze quick scan bestond tot nu toe nauwelijks kennis over de omvang en de aard van het risicogedrag en over risicogroepen in gevangenissen in Nederland. Personeel gaf aan dat genoemd gedrag meestal in het verborgene plaatsvindt, waardoor met name de omvang slecht in te schatten is. Het gebrek aan kennis belemmert de opzet van een effectief infectieziektebeleid in justitiële inrichtingen.

Buitenlands onderzoek laat zien dat genoemd risicovol gedrag in gevangenissen voorkomen (Babudieri et al., 2005; Gagnon et al., 2007; Gratton, 2006; Strang et

al., 2000). De prevalentiecijfers die bekend zijn vanuit het buitenland, lopen nogal uiteen. Oplossingen worden gezocht in voorlichting, maar ook in het verstrekken van desinfecterende middelen, methadon of condooms. In Canada was een 'safe tattooing' project, waarvan een professionele 'tattoo salon' binnen detentie onderdeel uitmaakte (Gratton, 2006). Deze 'harm reduction' oplossingen zijn niet onomstreden.

In het huidige onderzoek wordt voor het eerst een prevalentieschatting gemaakt van gedrag dat het risico op infectieziekten vergroot in Nederlandse detentie. We richten ons specifiek op hiv, soa, en hepatitis B en C. Het risicogedrag in dit onderzoek heeft betrekking op het nemen of zetten van tatoeages, piercings en boegroes[2] in detentie, intraveneus druggebruik in detentie, en - vrijwillige of onvrijwillige - onveilige seks in detentie.

Prevalentie

Het onderzoek waarvan we in dit rapport verslag uitbrengen, focust op gedrag dat het risico op besmetting met infectieziekten vergroot. Infectieziekten worden gedefinieerd als ziekten die worden veroorzaakt door een overdraagbare ziekteverwekker zoals een bacterie, virus, schimmel of prion (een eiwit dat bijvoorbeeld Creutzfeld-Jacob veroorzaakt). Infectieziekten zijn per definitie besmettelijk. Binnen dit onderzoek richten we ons op seksueel overdraagbare aandoeningen (soa), hiv en hepatitis B en C.

De prevalentie van het onderzochte risicogedrag was op voorhand moeilijk in te schatten. Er is veel literatuur beschikbaar over infectieziekten, druggebruik en riskant seksueel gedrag onder gedetineerden, maar het betreft hier veelal buitenlands onderzoek, dat bovendien vaak gedateerd is. De resultaten die wel bekend zijn over Nederland hebben veelal betrekking op gedrag buiten detentie of op de prevalentie van infecties, niet op het gedrag waarmee deze infecties op te lopen zijn.

Infectieziekten

Hepatitis C (HCV) infecties onder injecterende gevangenen zijn gevonden bij 30-44% van de gevangenen in het Verenigd Koninkrijk, en bij meer dan 80% in Duitsland en Ierland (EMCDDA, 2003). Met betrekking tot hiv infecties is bekend dat die onder intraveneuze druggebruikers (IDU's) tussen de 0 en 2% ligt in het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en België, 23% in Spanje en 28% in Portugal (EMCDDA, 2003). Uit niet-representatieve, lokale onderzoeken in verschillende West-Europese landen blijkt dat de hiv prevalentie tussen de 0 - 13% ligt onder

IDU's in detentie. HCV prevalenties liggen veel hoger: tussen de 14 - 100% (Trimbos Institute, 2001). Een onderzoek van Krebs en Simmons (2002) toont aan dat er in de VS gevallen van hiv zijn die tijdens detentie opgelopen zijn (0.63% van gedetineerden). De helft van de tijdens detentie geïnfecteerden gaf aan dat het tijdens seks met andere mannen is opgelopen. Of dit ook medegedetineerden zijn, blijft onduidelijk.

In een recent onderzoek door Leemrijse et al. (2010) wordt naar aanleiding van een dossierstudie de prevalentie van HCV in Nederlandse detentie geschat op 2-10.7% van de mannelijke en vrouwelijke gedetineerden. Het aantal met HCV besmette gedetineerden in Nederland ligt daarmee naar schatting op enig moment tussen 237 en 1272 personen. Gedetineerden die HCV positief zijn, zijn wat ouder, minder vaak niet-westers allochtoon en vaker westers allochtoon, en zijn vaker intraveneuze druggebruikers. In een ander Nederlands onderzoek (Schreuder & Van Veen, 2010) bleek geen van de onderzochte mannelijke gedetineerden hiv positief, en had 7.4% HCV.

Intraveneus druggebruik

Uit internationale onderzoeken blijkt dat intraveneus druggebruik onder gedetineerden altijd hoog ligt in vergelijking met niet-gedetineerden, met in Europa percentages tussen de 6 en 38%, wat veel hoger is dan onder de algemene bevolking (1%) (EMCDDA, 2010). In het algemeen kan gesteld worden dat tussen de 1% en 56% van de gevangenen in de EU wel eens drugs gespoten heeft in detentie (EMCDDA, 2010). Intraveneus druggebruik leidt ook tot risicogedrag zoals het delen van spuiten en naalden. Uit een onderzoek bleek dat gedetineerden in voorlopige hechtenis meer geneigd waren spuiten te delen dan in de gevangenis (EMCDDA, 2010). Detentie kan ook het decor vormen voor het eerste druggebruik; tussen de 3 en 26% van druggebruikers in de gevangenis in de EU heeft in detentie voor het eerst gebruikt, voor injecterende gebruikers is dit 21% (EMCDDA, 2003). Uit verschillende onderzoeken in West Europese landen blijkt dat 3 - 26% van de gebruikers in detentie voor het eerst drugs hebben gebruikt (Trimbos Institute, 2001), en voor IDU's ligt dit percentage tussen de 0.4 - 21% (WIAD-ORS, 1998).

Met betrekking tot Nederland zijn er vooral gegevens bekend over druggebruik onder gedetineerden buiten detentie. In een landelijk onderzoek onder gedetineerden in Nederland was 38% problematisch gebruiker van drugs - vooral cannabis, cocaïne en/of heroïne - in het jaar voorafgaand aan hun detentie (Oliemeulen et al., 2007). Volgens een onderzoek onder volwassen mannelijke

gedetineerden op de reguliere afdelingen van de PI Vught was 30% in het afgelopen jaar drugsverslaafd (Bulten, Nijman & van der Staak, 2007). Ondanks dat de selectie van respondenten at random plaatsvond, ging het bij dit onderzoek om een 'convenience sample', en is het dus de vraag in hoeverre dit percentage zich laat extrapoleren naar de totale groep gedetineerden. In een onderzoek onder minderjarige gedetineerden (14-17 jaar) rapporteerde ruim de helft van de geïnterviewden cannabisgebruik in de maand voorafgaand aan hun detentie, ongeveer een op de tien het gebruik van ecstasy, respectievelijk cocaïne, maar slechts een enkeling het gebruik van heroïne- of crack (Korf et al., 2005). Er zijn drie Nederlandse onderzoeken met cijfers over druggebruik tijdens detentie: een al wat ouder onderzoek onder gedetineerden met verslavingsproblematiek (Bieleman & Van der Laan, 1999), een recenter onderzoek onder jongens in Justitiële Jeugd Inrichtingen (JJI) (Kepper et al., 2009) en een zeer recent prevalentie onderzoek onder mannelijke gedetineerden (Schreuder & Van Veen, 2010). Uit het onderzoek onder gedetineerden met verslavingsproblematiek bleek indertijd dat 45% van de respondenten cannabis en 22% methadon tijdens detentie gebruikte. Uit het onderzoek in de JJI's bleek dat 6% van de jongens tijdens hun verblijf in de JJI's hard drugs gebruikt hebben (Kepper et al., 2009). In het onderzoek van Schreuder & Van Veen had een derde (36%) van de respondenten tijdens detentie drugs gebruikt, maar hierbij ging het met name om cannabis. In hun onderzoek bleek het spuiten van drugs in detentie heel zeldzaam.

Seksuele contacten

De zeer schaarse literatuur over seksuele contacten tussen mannelijke gedetineerden beperkt zich vooral tot seksueel geweld (Hensley et al., 2005), maar ook met betrekking tot dit onderwerp is relatief weinig bekend. Dat wat wel bekend is, komt vrijwel uitsluitend voort uit onderzoek gedaan in de VS en de UK. Schattingen van het aandeel gedetineerden dat homoseksuele contacten heeft in detentie lopen van 2% tot 65% (Nacci & Kane, 1982; Saum et al., 1995; Tewksbury, 1989; Wooden & Parker, 1982). Schattingen van het percentage gedetineerden dat aangerand is tijdens detentie lopen van 0% to 40% (Davis, 1982; Gaes & Goldberg, 2004; Hensley, 2000; Hensley et al., 2003; Lockwood, 1994; Struckman-Johnson & Struckman-Johnson, 2000, 2002; Wooden & Parker, 1982). En ten slotte variëren de schattingen van het aandeel verkrachte gedetineerden van 0% tot 8.5% (Lockwood, 1980; Tewksbury, 1989; Saum et al., 1995; Hensley, 2005; Edgar et al., 2003; Power et al., 1991). In het

eerdergenoemde onderzoek van Schreuder & Van Veen (2010) werd ook gevraagd naar seks met medegedetineerden; geen enkele gedetineerde zei dit ooit te hebben gedaan.

Tatoeages, piercings en boegroes

Ook over de prevalentie van piercings en tatoeages bij gedetineerden is weinig gepubliceerd. Zes studies geven echter wel specifieke cijfers die betrekking hebben op het verblijf in detentie. Allereerst bleek in het onderzoek van Schreuder en Van Veen (2010) dat 14% van de gedetineerden een of meerdere tatoeages had die in detentie zijn gezet. In Schotland werd in 2007 en 2008 tijdens een jaarlijkse enquête onder gedetineerden gevraagd naar tatoeages die tijdens detentie zijn gezet. Hieruit bleek dat in beide jaren iets meer dan de helft een of meer tatoeages te hebben, en bijna een op de vijf rapporteerde een tatoeage te hebben die in detentie is gezet (Milne, 2009). Gagnon et al. (2007) vonden dat 33% van gedetineerden in Canadese gevangenissen daar een tatoeage had gekregen en 3% een piercing. Strang et al. (2000) vonden dat 21% van de gedetineerden in Engeland en Wales tijdens detentie een tatoeage had gekregen. Braithwaite et al. (2001) vonden dat bijna een derde van jeugdige gedetineerden in de V.S. tatoeages had, en tweederde piercings. Van de getatoeëerde individuen had 21% bij een niet-professional een tatoeage laten zetten, waarvan 2% met een gedeelde naald. Bij piercings bleek dat eveneens een op de vijf door een niet-professional een piercing had laten zetten, waarvan 1.5% met gedeelde naald. Overigens is niet gevraagd of dit gedrag zich buiten of binnen detentie afspeelde.

Over het algemeen betaalden de eerdergenoemde Schotse gedetineerden niet wanneer de tatoeage door een vriend werd gezet, maar anderen werden vaak wel vergoed. Materialen die gebruikt werden waren: balpen hulzen, gitaarsnaren, tandenborstel-handvaten, garen, lijm, en een motortje uit bijvoorbeeld tondeuses, elektrische tandenborstels of controllers van een Playstation (Milne, 2009).

Het is de vraag of resultaten van onderzoeken uit Canada, Amerika, Australië, of zelfs maar buurland Groot-Brittannië zijn te vertalen naar de Nederlandse situatie. Afgezien van aperte verschillen in het justitiële systeem en gevangenisregime, komt bijvoorbeeld intraveneus druggebruik in Nederland in vergelijking met andere landen nauwelijks voor; binnen de EU in het Nederlandse cijfer zelfs het allerlaagst (EMCDDA, 2010).

Risicobevorderende factoren

Het risicovolle gedrag kan door verschillende factoren in de hand gewerkt worden. Het kan zijn dat gedetineerden zich onvoldoende bewust zijn van de overdraagbaarheid van ziekten, omdat zij onvoldoende kennis hiervan hebben. Ook kan het zijn dat hun gedrag bepaald wordt door een niet-afwijzende houding en een positieve gedragsintentie ten aanzien van de risicovolle praktijken. Ook buiten detentie spelen deze factoren een rol, bijvoorbeeld bij de beslissing van drugsgebruikers om zich te laten testen op hepatitis C (Van der Veen et al., 2009). Naast algemene gedragsbepalende factoren spelen in de detentiesituatie nog speciale factoren. Gedetineerden bevinden zich in een situatie waarin zij weinig ruimte hebben om het eigen gedrag te bepalen. Zo kunnen zij in een gesloten inrichting niet zelf desinfecterende middelen, schone naalden of condooms verkrijgen. Voor gedetineerden in een (half) open inrichtingen geldt dat zij dit in meer of mindere mate wel kunnen doen. In detentie kan door de beperking in vrijheid een cultuur heersen waarin ingeslotenen onder druk komen te staan om risicovol gedrag te vertonen. Janssen (2005) laat bijvoorbeeld zien dat het laten aanbrengen van een tatoeage een teken kan zijn van macht en controle, hetgeen in detentie nog zwaarder telt dan erbuiten. Het kan ook een onderdeel zijn van de gevangencultuur. Uit onderzoek in Schotland bleek dat de belangrijkste redenen voor het nemen van een tatoeage waren: verveling, het is goedkoper dan een tatoeage buiten detentie laten zetten, anderen hadden er ook een laten zetten en ze zagen het werk van tatoeëerders bij medegedetineerden (Milne, 2009). Uit een onderzoek in de V.S. (Braithwaite et al., 2001) kwam naar voren dat lid zijn van een 'gang', naast het zijn van man, een risicofactor voor het hebben van een niet-professionele tatoeage was. Daarnaast hadden blanke jongens vaker niet-professionele piercings.

Ook de cultuur onder bewakers kan een rol spelen; uit Australisch onderzoek bleek bijvoorbeeld dat professionals terughoudend waren met het verstrekken van desinfecterende middelen - hoewel die volgens gevangenisbeleid verstrekt konden worden (Dolan et al., 1998, 1999). Soortgelijke bevindingen zijn gerapporteerd over Europa (Stöver et al., 2009).

Doelstelling, probleemstelling en onderzoeksvragen

Doel van het onderzoek is: zicht geven op de prevalentie van gezondheidsrisicogedrag onder Nederlandse gedetineerden en op manieren om dit gedrag te voorkomen, om beter te kunnen beslissen over mogelijke verbeteringen van het preventiebeleid van het gevangeniswezen. Uiteindelijk doel is het bevorderen van de veiligheid en de leefbaarheid in de justitiële

inrichtingen.

De probleemstelling luidt als volgt. Hoeveel gedetineerden vertonen gedrag dat een risico vormt voor hun eigen en andermans gezondheid? Hoe vaak vertonen zij dit gedrag? Wat zijn determinanten van dit gedrag en op welke wijze zou het voorkomen kunnen worden?

Deze probleemstelling is vertaald in een tiental onderzoeksvragen, verdeeld over drie thema's.

Prevalentie en profiel

1. Hoeveel gedetineerden vertonen gedrag dat een risico vormt voor hun gezondheid in termen van infectieziekten? Wat is de frequentie van dit gedrag?
2. Wat zijn achtergrondkenmerken van gedetineerden die de zojuist genoemde gedragingen actief uitvoeren (degenen die het initiatief nemen tot het aanbrengen van tatoeages en piercings of tot seksueel contact)? Wat zijn achtergrondkenmerken van gedetineerden tegen wie het gedrag vertoond wordt (degenen bij wie tatoeages of piercings gezet worden of die onderwerp zijn van seksueel gedrag van anderen)? Valt een onderscheid te maken tussen "daders" en "slachtoffers"? Welke nuances moeten aangebracht worden?
3. In hoeverre is sprake van vrijwilligheid en eigen keuzes?
4. Zijn er risicogroepen te onderscheiden?

Detentiecontext

5. Gaat het om gedrag dat specifiek in de detentiesituatie wordt vertoond, of werd het ook al buiten de detentie vertoond? Indien het detentiespecifiek is: waarom vertonen gedetineerden het gedrag?

Preventie en risicoreductie

6. Wat is de kennis en de houding van gedetineerden ten aanzien van de risicogedragingen? Welke andere factoren (onder andere omgevingsfactoren) spelen een rol bij het gedrag?
7. Welke middelen en materialen zijn volgens gedetineerden in de penitentiaire inrichting formeel voorhanden om risicogedrag te voorkomen? Waarom wordt hier wel/geen gebruik van gemaakt?
8. Welke middelen worden informeel door gedetineerden gebruikt om infecties te voorkomen?
9. Zijn gedetineerden zelf alert op desinfectie? Vragen ze erom?
10. Wat zou aan voorlichting, faciliteiten of ondersteuning geboden moeten

worden om risicogedrag te ontmoedigen of in te perken? Aan welke voorwaarden moet daarbij worden voldaan? Welke behoeften leven op dit punt bij gedetineerden?

Methoden

De hoofdmoot van het onderzoek bestond uit interviews met 380 mannelijke volwassen gedetineerden met een verblijfsduur van minimaal 3 maanden. Daarnaast moesten de respondenten veroordeeld zijn tot minimaal 4 maanden. Voor dit minimum is gekozen zodat de respondenten voldoende detentie-ervaring hebben om voor dit onderzoek relevante informatie te kunnen verschaffen.

Deze minimale verblijfsduur heeft betrekking op de huidige straf en niet op het totale detentieverleden. Slechts een klein deel van de gedetineerden valt binnen deze groep. Het grootste deel krijgt een kortere, of na preventieve hechtenis helemaal geen vrijheidsstraf opgelegd. De groep waar dit onderzoek zich op richt brengt echter wel het grootste aantal uren in detentie door.

Voor de interviews met gedetineerden is gebruikgemaakt van een trapsgewijs steekproefmodel. In de eerste stap is een selectie van gevangenen gemaakt; in de tweede stap een selectie van gedetineerden binnen deze inrichtingen (zie Hoofdstuk 2). De interviews zijn face-to-face gehouden aan de hand van een semi-gestructureerde vragenlijst, met grotendeels gesloten, maar ook open antwoorden.

Daarnaast zijn focusgroep gesprekken gevoerd met ervaringsdeskundigen en professionals in het veld. Doel hiervan is om concrete, praktisch toepasbare preventieve maatregelen te formuleren.

Analyse en schattingen

Gegevens van de afgenomen interviews met gedetineerden zijn ingevoerd in een computerbestand en geanalyseerd. Hiertoe is gebruik gemaakt van het statistische programma PASW (voorheen SPSS, versie 17.0). Deels gaat het om descriptieve analyses (frequenties, gemiddelden). Daarnaast zijn (sub)groepen vergeleken in bivariate analyses. Antwoorden op de open vragen zijn meer kwalitatief geïnterpreteerd.

In het interview is niet alleen ingegaan op risicogedrag tijdens de huidige detentieperiode. Ook over gedragingen tijdens eventuele detentie in het verleden (recidive is i.h.a. hoog) in zowel binnen- als buitenlandse gevangenen zijn vragen gesteld; evenals over gedrag buiten detentie. Dit levert verschillende prevalentiematen op van risicogedrag in verschillende settingen en in

verschillende periodes. Prevalenties worden bovendien gespecificeerd naar leeftijd, etniciteit en andere achtergrondkenmerken, zolang de resultaten niet op een persoon herleidbaar zijn. Ook worden typen locaties (HvB, BBI/ZBBI, etc.) onderscheiden.

Door de opzet van de steekproef (landelijke spreiding, random selectie van gedetineerden) levert het onderzoek schattingen op die representatief zijn voor mannelijke gedetineerden die op het moment van het interview minstens drie maanden in detentie zitten en tot minimaal vier maanden veroordeeld zijn. De schattingen zijn gebaseerd op de prevalentiecijfers die voortkomen uit zelfrapportage.

NOTEN

[1] Dit beginsel gaat er van uit dat gedetineerden zorg zouden moeten ontvangen die gelijkwaardig is aan die buiten detentie binnen hetzelfde land.

[2] Een boegroe is een balletje dat onder de huid van de penis wordt aangebracht. Het balletje kan van verschillende materialen zijn, zoals dobbelstenen, dominostenen, plastic of metaal. Vaak gaat het om zelfgemaakte balletjes, het materiaal wordt dan rond geschuurd.