GESLOTEN KETEN & AANBOD

GESLOTEN KETEN. WISSELEND AANBOD.

Betrokkenen beoordelen de geslotenheid positief en melden knelpunten in het aanbod.

EEN CONTROLEERBARE KETEN

Rapport p. 36

01 PRODUCTIE → **02** DISTRIBUTIE → **03** COFFEESHOP

Betrokkenen noemen beter inzicht in herkomst en kwaliteit, formelere werkprocessen en constructieve samenwerking.

GEEN AANWIJZINGEN VOOR STRUCTURELE LEKKAGE

Wel afwijkingen van de regels. Menukaarten ondersteunen verkoop van producten van aangewezen telers.

Rapport p. 152

VERSCHILLEN IN TOEGANG

Volgens stakeholders lijken tussenpartijen en lidmaatschappen toegang tot populaire of schaarse producten te sturen.

Rapport p. 39

EERST SCHAARSTE

Vooral hasj en populaire producten waren moeilijk beschikbaar. Betrokkenen noemen beperkte capaciteit en vertraagde opschaling, met onrust en risico op uitwijk.

Rapport p. 39

NU OOK VOORRADEN

Alle telers zijn operationeel. Zij signaleren dreigende overproductie, prijsdruk en groeiende voorraden, naast tekorten aan specifieke producten.

Rapport p. 43

Het aantal producten op menukaarten nam toe. Volgens coffeeshops en stakeholders sloten kwaliteit en variatie van hasj in de eerste fase onvoldoende aan op de vraag.

Rapport p. 39 en hoofdstuk 4

ONDERZOEKSBEVINDING / BEPERKING

Betrokkenen noemen een stabiele openbare orde. Het rapport beschrijft geen aanwijzingen voor structurele lekkage uit of naar de gereguleerde keten (p. 36 en 152).

Bron: Onderzoek Experiment gesloten coffeeshopketen, eerste vervolgmeting 2025, FINAL_V3, p. 36–45 en 152–154.

Gecontroleerd aan het onderzoeksrapport, versie FINAL_V3. Paginanummers verwijzen naar de gedrukte rapportpagina's.

KOOPGEDRAG & PRIJS

WIET EN HASJ. EEN ANDER BEELD.

Zelfgerapporteerd koopgedrag wijst niet voor elk product in dezelfde richting.

WIET

38%

zegt **vaker wiet** in de coffeeshop te kopen.

18% minder vaak wiet in de shop
5% minder vaak wiet buiten de shop
3% vaker wiet buiten de shop

Rapport p. 101

HASJ

19%

zegt **minder vaak hasj** in de coffeeshop te kopen.

9% vaker hasj in de shop
4% vaker hasj buiten de shop
2% minder vaak hasj buiten de shop

Rapport p. 101

Basis: 165 respondenten in experimentgemeenten die zeggen dat hun koopgedrag veranderde. Deze vraag ontbrak bij de nulmeting. Geen causaal effect aangetoond.

PRIJS BLIJFT EEN KOOPMOTIEF

Lagere prijs als reden voor aankoop buiten de coffeeshop

Rapport p. 136



Verandering sinds nulmeting. Het verschil in ontwikkeling is niet significant. De wietprijs daalt en de prijs-kwaliteitverhouding krijgt een betere beoordeling (p. 154).

Hasj: de hoeveelheid per illegale transactie stijgt in experimentgemeenten en daalt in vergelijkingsgemeenten. Dit verschil is significant. De relatie met tekortschietend hasjaanbod is niet causaal vastgesteld.

Rapport p. 39, 135 en 158

ONDERZOEKSBEVINDING / BEPERKING

De onderzoekers stellen geen causaal verband vast tussen de problemen met het gereguleerde hasjaanbod en veranderingen in koopgedrag (rapport p. 158).

Bron: onderzoeksrapport FINAL_V3, p. 39, 101, 135–138, 154 en 158. pp = procentpunten.

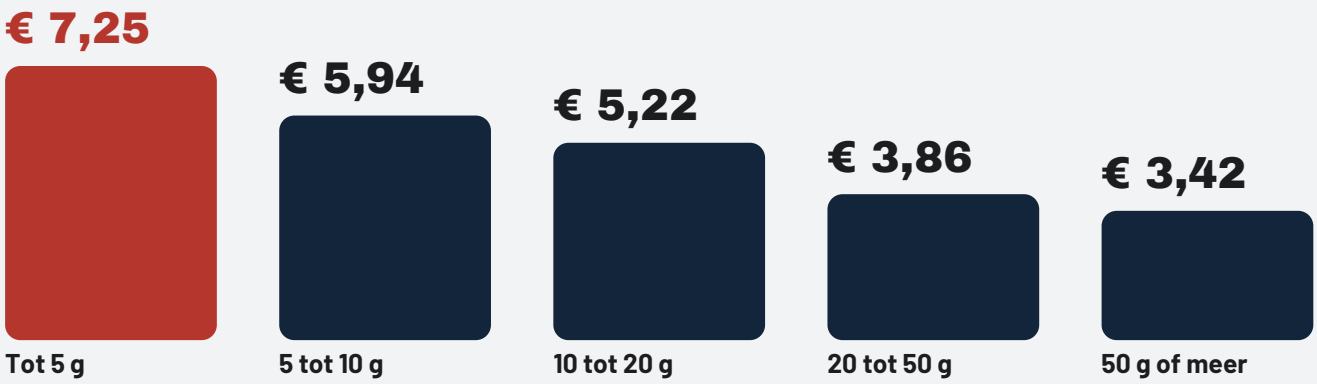
Gecontroleerd aan het onderzoeksrapport, versie FINAL_V3. Paginanummers verwijzen naar de gedrukte rapportpagina's.

CONCURRENTIE MET DE ILLEGALE MARKT

PRIJS. HOEVEELHEID. GEMAK.

Respondenten noemen prijs, grotere hoeveelheden en service als aankoopmotieven.

GROTERE AANKOOP, LAGERE GRAMPRIJS



Illegaal gekochte wiet in experimentgemeenten, vervolgmeting. Alle gewichtscategorieën uit tabel 7.6.

Rapport p. 148

>5 g

GROTERE AANKOPEN

Hoeveelheid als aankoopmotief

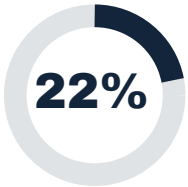
Respondenten noemen de mogelijkheid om meer grammen tegelijk te kopen als reden voor aankoop buiten de coffeeshop. Bij grotere illegale aankopen daalt de gemiddelde prijs per gram.

Rapport p. 136–139



Bezorgservice
als aankoopmotief

Rapport p. 136–137



Snelle service
als aankoopmotief

Rapport p. 136–137

Ongeveer, onder de betreffende respondenten in experimentgemeenten. Ook 06-dealers en berichtendiensten spelen een rol. Kopers waarderen effect, geur, smaak en prijs-kwaliteitverhouding.

Rapport p. 135 en 158

ONDERZOEKSBEVINDING / BEPERKING

Een lagere prijs en een gunstige prijs-kwaliteitverhouding worden het vaakst genoemd als redenen om buiten de coffeeshop te kopen (rapport p. 135).

Bron: onderzoeksrapport FINAL_V3, p. 135–139, 148 en 157–158.

Gecontroleerd aan het onderzoeksrapport, versie FINAL_V3. Paginanummers verwijzen naar de gedrukte rapportpagina's.

AANKOPEN & GEBRUIK

GROTERE AANKOPEN. GEBRUIKSFREQUENTIE.

De gemeten gebruiksfrequentie stijgt niet significant. De hoeveelheid per aankoop verandert wel.

MEEST VOORKOMENDE WIETAANKOOP

1 g → **5 g**

Nulmeting — Vervolgmeting

Aankoophoeveelheid

Rapport p. 86

GEBRUIK OP 20+ DAGEN PER MAAND

73% → **72%**

Nulmeting — Vervolgmeting

Aandeel ondervraagde bezoekers

Rapport p. 102

Ondervraagde coffeeshopbezoekers in experimentgemeenten. Ook de ontwikkeling van het aantal gebruiksdagen verschilt niet significant van vergelijkingsgemeenten.

Rapport p. 102–103

PROBLEMATISCH GEBRUIK

Geen significant verschil tussen experiment- en vergelijkingsgemeenten in de ontwikkeling van het aandeel bezoekers met een CAST-score van 8 of hoger. De onderzoekers wijzen op de korte blootstellingsperiode.

CAST is een screeningsinstrument voor risico op problematisch gebruik, geen medische diagnose.

Rapport p. 110–111: CAST is een screening; het verschil in ontwikkeling is niet significant.

De bezoekerssteekproef: frequente gebruikers zijn waarschijnlijk oververtegenwoordigd. Zij bezoeken vaker een coffeeshop en hebben daardoor meer kans om tijdens het veldwerk te worden benaderd.

Rapport p. 103

ONDERZOEKSBEVINDING / BEPERKING

De meting toont geen significante toename van gebruiksfrequentie. Een toe- of afname van problematisch gebruik door het experiment is niet aangetoond.

Bron: onderzoeksrapport FINAL_V3, p. 86, 102–103 en 110–111.

PRODUCTVORMEN & PRODUCTINFORMATIE

EDIBLES, VAPES EN CONCENTRATEN.

Meer onderzochte experimentcoffeeshops bieden deze productcategorieën aan.

AANDEEL SHOPS MET DEZE PRODUCTVORMEN

EDIBLES

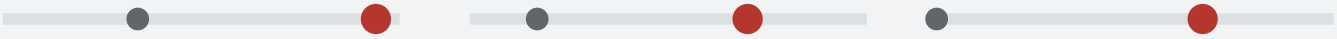
34% / 94%

CONCENTRATEN

17% / 70%

VAPES

0% / 67%



Grijs: nulmeting. Rood: vervolgmeting. Onderzochte experimentcoffeeshops.

Rapport p. 67–68

EDIBLES

Gemeenten en preventiepartners noemen dosering en vertraagde inwerking als aandachtspunten.

Rapport p. 40

HOGE THC-GEHALTEN

Zorgen bij onder meer vapes en concentraten. Betrokkenen melden belangstelling voor sterke producten onder jongvolwassenen.

Rapport p. 40

KEUZES EN INFORMATIE OP DE VERPAKKING

Telers en coffeeshophouders signaleren dat kopers vooral op hoge THC-percentages letten, minder op cannabissoort of andere eigenschappen, zoals het terpeenprofiel. Telers ervaren dat de nadruk op percentages op verpakkingen hieraan bijdraagt.

Meerdere telers noemen een globale sterkte-indicatie van “mild” tot “sterk” als mogelijk alternatief. Dat etikettering hogere consumptie of gezondheidsschade veroorzaakt, is niet vastgesteld.

Rapport p. 43 en 45

ONDERZOEKSBEVINDING / BEPERKING

Vooral bij hasj en concentraten staan zeer hoge THC-waarden op menukaarten. Vermelde waarden kunnen afwijken van werkelijke waarden en zijn niet rechtstreeks te vertalen naar gebruik of gezondheidsuitkomsten (rapport p. 159).

Bron: onderzoeksrapport FINAL_V3, p. 40, 43, 45, 67–68 en 158–159.

Gecontroleerd aan het onderzoeksrapport, versie FINAL_V3. Paginanummers verwijzen naar de gedrukte rapportpagina’s.

UITWIJK, LEEFBAARHEID & CRIMINALITEIT

UITWIJK, OVERLAST EN POLITIECIJFERS.

De meting bevat enquêtes, interviews en beschrijvende analyses van politieregistraties.

GEEN GROOTSCHALIGE UITWIJK AANGETOOND

Volledige overstappers naar illegale aanbieders worden niet bereikt via de coffeeshopbezoekersenquête. De onderzoekers sluiten niet uit dat een deel van de illegale kopers uit de shops is weggebleven.

Rapport p. 152

18 / 30%

koopt buiten de shop omdat het daar als **sterker** wordt ervaren

Nulmeting / vervolgmeting
Rapport p. 136

Sterkte als motief
In experimentgemeenten. Het verschil in ontwikkeling met vergelijkingsgemeenten is niet significant. Geen aangetoond effect van het experiment.

Straathandel en digitale handel
Gemeenten noemen minder zichtbare straathandel. Stakeholders noemen onder meer Telegram, Snapchat en bezorgservices als moeilijk te monitoren kanalen.
Rapport p. 39 en 41

7,1 / 7,0

Veiligheidsbeleving
Geen duidelijke verslechtering van leefbaarheid door het experiment. Genoemd worden rondhangen, verkeer, geluid, drugsgebruik en afval. De meeste overlast wordt vaker niet dan wel aan de shop toegeschreven.

Rapport p. 121–129 (veiligheid: p. 127)

22 / 15%*

*** Overlastmeldingen: bron niet eenduidig**
De tekst noemt 22% naar 15%, maar elders 13% bij de vervolgmeting. Het aandeel is daardoor niet eenduidig. Volgens de tekst dalen ook aangiften.

Rapport p. 124–125

Experimentgemeenten, nulmeting / vervolgmeting. Meldingen: drugs- of alcoholoverlast.

Politiecijfers: alleen beschrijvende analyses. Na Q3 2025 lijkt het aantal drugsincidenten in experimentgemeenten te dalen. Registraties van softdrugshandel stijgen in Q3. Rond teeltlocaties: vier diefstal-/inbraakincidenten in vijf jaar; andere categorieën, zoals geuroverlast, zijn niet meegenomen.

Rapport p. 130–134; teeltlocaties: p. 134

ONDERZOEKSBEVINDING / BEPERKING

De politiedata kwamen laat beschikbaar. Er zijn uitsluitend beschrijvende analyses uitgevoerd. Een causaal verband met het experiment is niet vastgesteld (rapport p. 130–134).

Bron: onderzoeksrapport FINAL_V3, p. 39, 41, 121–139 en 152. Inconsistentie bij meldingspercentages: p. 125.

Gecontroleerd aan het onderzoeksrapport, versie FINAL_V3. Paginanummers verwijzen naar de gedrukte rapportpagina's.

REGELS, ADMINISTRATIE & TOEZICHT

TRACK-AND-TRACE EN UITVOERINGSREGELS.

Betrokkenen melden administratieve belasting en verschillen in de uitvoering.

TRACK-AND-TRACE

REGISTREREN → **KOPPELEN** → **CONTROLEREN**

Herkomst volgen — Kassasystemen — Geslotenheid bewaken

Betrokkenen vinden track-and-trace essentieel, maar administratief belastend. Veel aanloopproblemen zijn verminderd; koppelingen met kassasystemen zijn inmiddels mogelijk.

Rapport p. 36 en 40

WEEKVOORRAAD: LOKALE OPLOSSINGEN

Binnenstedelijke coffeeshops hebben vaak weinig opslagruimte. Een strikte toepassing van de weekvoorraadregel is daardoor lastig. Gemeenten gaan daar op verschillende manieren mee om:

01 5% AFWIJKING TOESTAAN

Het rapport noemt gemeenten die een afwijking van 5% van de weekvoorraad toestaan. Dit is een voorbeeld van lokale toepassing van de voorraadregel.

02 VOORRAAD EN OMZET

De gemeente beoordeelt de hoeveelheid cannabis op voorraad in verhouding tot de omzet van de coffeeshop. De omzet wordt dus meegewogen bij de beoordeling.

03 GEMIDDELDE VOORRAAD

Sommige gemeenten stellen vooraf geen exact maximum per coffeeshop vast. Zij werken bijvoorbeeld met een gemiddelde weekvoorraad.

04 AFWIJKINGEN MELDEN

In sommige gemeenten wordt van coffeeshops verwacht dat zij zelf actief melden wanneer hun voorraad afwijkt van de weekvoorraad.

Dit zijn voorbeelden uit interviews met gemeenten, geen uniforme landelijke regeling. Het rapport vermeldt niet over welke periode een gemiddelde wordt berekend of hoe de verhouding tot de omzet wordt bepaald.

Rapport p. 40

Open normen en toezicht: regels voor monsterneming, edibles en affichering vragen interpretatie. Dat leidt tot verschillen in uitvoering en onzekerheid over verantwoordelijkheden en toezicht (rapport p. 36 en 40).

Bron: onderzoeksrapport FINAL_V3, p. 36 en 40.

Gecontroleerd aan het onderzoeksrapport, versie FINAL_V3. Paginanummers verwijzen naar de gedrukte rapportpagina's.

ONDERZOEKSCONTEXT & BEPERKINGEN

EERSTE METING. BEPERKT EFFECTBEELD.

De onderzoekers benadrukken de korte onderzoeksperiode en beperkingen van de beschikbare gegevens.

ONZEKERHEID OVER DUUR EN VERVOLG

Telers, coffeeshops en gemeenten ervaren onzekerheid over duur, opschaling en vervolg als knelpunt. Volgens betrokkenen belemmert dit investeringen, innovatie en samenwerking.

Rapport p. 37

BEPERKINGEN VAN DE EERSTE VERVOLGMETING

01 VROEGE FASE VAN HET EXPERIMENT

De experimenteerfase startte op 7 april 2025. Tijdens een deel van de onderzoeksperiode gold nog een tijdelijke uitzondering voor niet-gereguleerde hasj.

Rapport p. 159

02 FREQUENTE GEBRUIKERS OVERVERTEGENWOORDIGD

Wie vaker een coffeeshop bezoekt, heeft meer kans om tijdens het veldwerk te worden benaderd. De onderzoekers noemen dit als beperking.

Rapport p. 103

03 VOLLEDIGE OVERSTAPPERS NIET BEREIKT

Mensen die volledig naar illegale aanbieders zijn overgestapt, worden niet via de coffeeshopbezoekersenquête bereikt.

Rapport p. 152

04 POLITIEDATA: BESCHRIJVENDE ANALYSES

De politiedata kwamen laat beschikbaar. Verdere analyses zijn nodig om ontwikkelingen op het gebied van criminaliteit te duiden.

Rapport p. 130–134 en 152

ONDERZOEKSBEVINDING / BEPERKING

De eerste vervolgmeting geeft nog geen eindbeeld. Gevonden ontwikkelingen kunnen niet zonder meer als effecten van het experiment worden aangemerkt.

Bron: onderzoeksrapport FINAL_V3, p. 37, 103, 130–134, 152 en 159.