

Onderzoek naar de bezoekerspatronen in 11 coffeeshops in de Amsterdamse binnenstad

Een zoektocht naar laagwaardig toerisme en overlast

Januari 2020

“Als wij in ons land met elkaar zijn en af en toe een jointje willen roken moeten we eerst op (onzeker) pad en zijn we altijd afhankelijk van mannen: de contactpersoon is een man, de dealer is een man en ook bij het onderhandelen over de prijs en het nee zeggen van geen interesse hebben in andere (lees hard) drugs moeten we opboksen tegen mannen. Hier in Amsterdam is al dat gestress volkomen afwezig met, kijk om je heen, veel vrouwelijk en vriendelijk coffeeshoppersoneel. Wat een verademing, wat een verschil met ons land met al dat gedoe voor nota bene alleen maar het roken van een jointje!”

Zaterdagavond, 8 uur, 18 oktober 2019: Citaat van een groep meiden uit Manchester (Engeland) op bezoek in coffeeshop The Bulldog op het Amsterdamse Leidseplein.

©Stichting Adviesburo Drugs 2020

Kerkstraat 260 hs/ 1017 HA Amsterdam

Info@adviesburodrugs.nl

www.augustdeloor.nl

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Stichting Adviesburo Drugs

Stichting Adviesburo Drugs

Het Adviesburo Drugs is in 1986 opgericht door August de Loor¹ en is in 1994 overgegaan in een stichting met als doel:

- Het verhogen van kennis en inzicht in alles wat met het gebruik van drugs te maken heeft en dit ter beschikking stellen aan een zo breed mogelijk publiek.
- Het terugdringen van de negatieve gevolgen van het gebruik van drugs

Stichting Adviesburo Drugs tracht dit doel te bereiken onder meer door:

- Het monitoren van zowel vraag- als aanbodzijde van drugsmarkten. Hieronder valt het vastleggen van nieuwe trends, zoals de opkomst van nieuwe drugs, nieuwe versnijdingen, nieuwe innametechnieken, nieuwe consumentengroepen en nieuwe productie- en distributiekkanalen.
- Op basis van een van de belangrijkste doelstellingen van het Nederlandse drugsbeleid van het beperken van de risico's van drugsgebruik bedenken en uitproberen van nieuwe vormen van preventie- en voorlichting, vooral gericht op gebruikers en hun directe omgeving (in vaktaal als integrale secundaire drugspreventie omschreven).
- Het initiëren c.q. begeleiden van belangenverenigingen of ander vormen van overlegorganen. Het Adviesburo was betrokken bij de oprichting van het landelijk overleg Housepartyorganisatoren (1992), de Bond van Cannabis Detaillisten (BCD 1994), de Vereniging Landelijk Overleg Smartshops (VLOS 1995), het Landelijk Overleg van Coffeeshopbonden (LOC 2005) en het CAN (Cannabinoïden Adviesbureau Nederland, 2017). AL deze belangenverenigingen leveren een zeer belangrijke bijdrage in het verzamelen van data over drugsmarkten en spelen een actieve rol bij het uitvoeren van eerder genoemde integrale secundaire drugspreventie en – voorlichting.

De kennis en informatie, verzameld uit bovengenoemde werkzaamheden vertalen in beleidsadviezen voor lokale en landelijke overheden en instellingen in de gezondheidszorg, verslavingszorg, onderzoeksbureaus en andere instanties die zich direct of indirect bezighouden met het Amsterdamse, Nederlandse en internationale drugsbeleid.

¹ De oprichter van het Adviesburo Drugs kent een lange voorgeschiedenis van wat teruggaat tot eind jaren 60. Met het toen starten als straathoekwerker kon bijna letterlijk de opkomst op de voet gevolgd worden van elke afzonderlijke drugstrend (in de jaren zestig van die van cannabis, LSD/speed, in de jaren 70 die van heroïne eind jaren 70 die van cocaïne (zowel snuif- als rookbare) en vanaf 1986 die van XTC). De veelvoud aan projecten, opstellen beleidsadviezen en anderszins aan activiteiten hoe vanaf die tijd op al die drugstrends te reageren vormde de basis van het oprichten van het Adviesburo Drugs in 1986.

Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Opzet van het onderzoek zoals keuze van de coffeeshops, spotten overlast omgeving, gesprekken met bezoekers en personeel van coffeeshops, enz.
3. Een aantal algemene indrukken over de bezochte coffeeshops plus een analyse over de bezoekerspatronen
 - 3.1. Algemene indrukken van de bezochte coffeeshops
 - 3.2. De bezoekerspatronen van de vaste bezoekers (stamgasten)
 - 3.3. De bezoekerspatronen van niet vaste bezoekers (bij gelegenheid)
 - 3.4. De bezoekerspatronen van toeristen
4. De aantrekkingskracht van coffeeshops voor toeristen
5. Coffeeshops en overlast

Bijlage:

- Amsterdams coffeeshopbeleid binnen zowel stedelijk, landelijk als mondiaal perspectief als bijdrage voor het verbeteren van het leefklimaat van de Amsterdamse binnenstad

Naslagwerk:

- *Archief over trends vanaf jaren zestig in het gebruik van cannabis, over coffeeshops, en over lokaal/landelijk/internationaal cannabisbeleid*
- *Rapport: Over last in de binnenstad van Amsterdam (Adviesburo Drugs 1987)*

1. Inleiding

De zorg over de kwaliteit van het leefklimaat in de Amsterdamse binnenstad kan zich al decennia lang verheugen in een hoge mate van publieke als politieke belangstelling. Logisch, want de afgelopen 50/60 jaar is het publieke domein van die binnenstad ingrijpend veranderd van een transitie van slechte huisvesting, bedrijvigheid en nijverheid (van zelfs nog een aantal kenmerken van het oude gildewezen in de binnenstad) naar allerlei nieuwe vormen van horeca en ander vermaak met recent door het toenemend toerisme, een explosie aan nieuwe hotels, verhuur van woningen tot allerlei winkelaanbod puur gericht op die toerist.

Dergelijke ingrijpende veranderingen in een zo'n relatief korte tijd leidt tot onzekerheid bij alle betrokkenen die de verandering van dichtbij mee maken wat vervolgens de overlastbeleving voedt met vervolgens daar weer op de roep naar de overheid om handelend op te treden, lees in te grijpen!

Echter valt steeds weer op dat in de publieke en politieke discussies over hoe de kwaliteit van de binnenstad te verbeteren het steeds weer overwegend de prostitutie (en dan specifiek de Wallen) en de coffeeshops zijn die als voornaamste veroorzakers aangewezen worden van de overlast. Dit speelde zich al af bij vorige projecten over de Upgrading van de binnenstad met als uitgangspunt van dat de overlast zou afnemen bij een forse reductie van het aantal prostitutieramen als het aantal coffeeshops.

En nu de toekomst van de binnenstad weer opnieuw hoog in de politieke agenda staat, herhaalt zich weer te verwijten met ten aanzien van coffeeshops het verwijt dat het laagwaardig toerisme aantrekt en dat dit voor overlast zorgt met als een van de opties die het stadhuis voor ogen heeft van dat dit probleem opgelost kan worden met het invoeren van de Wietpas van een verbod op toegang van toeristen in coffeeshops (lees niet- ingezetenen). Dit rapport is een verslag van een onderzoek of het klopt dat coffeeshops verantwoordelijk zijn voor het aantrekken van laagwaardig toerisme en of dit voor overlast zorgt.

Als zeg ik het zelf geeft dit rapport een verrassend ander beeld over wat er zich in coffeeshops afspeelt en wat daar de diepere achtergronden van zijn. Ik heb geprobeerd het zodanig te schrijven van dat de lezer daar zelf de nodige conclusies uit kan trekken.

August de Loor

Met dank aan Sonja König (die meer gedaan heeft dan dat ze zelf denkt gedaan te hebben)

2. Opzet van het onderzoek zoals keuze van de coffeeshops, spotten overlast omgeving, gesprekken met bezoekers en personeel van coffeeshops, enz.

Gelet op wat onderzocht moest worden was het duidelijk dat de coffeeshops in de binnenstad daarvoor in aanmerking kwamen met daarna de vraag voor welke coffeeshops gekozen moest worden voor een zo objectief mogelijk resultaat van het onderzoek.

Want uit eerder onderzoek (rapport: *hasjcoffeeshops en hun bezoekers, Adviesburo Drugs 1994*) was gebleken dat , door een aantal factoren zoals de ligging in de binnenstad, tussen coffeeshops verschillen bestaan in de bezoekerspatronen. Zo verloopt het bezoekerspatroon in een coffeeshop op het Leidseplein anders dan op de Haarlemmerdijk; anders als uitvloeisel van dat de Dijk overwegend een winkelstraat is en het Leidseplein een “hotspot” waar s’avonds het uitgaansleven start, de dichtbij bioscopen en theaters vol en later weer leeg stromen met, voor een deel van deze uitgaanders, de coffeeshop als start- of eindpunt van de avond.

En wat alleen met een geoefend oog te zien is heeft iedere coffeeshop zo zijn eigen aantrekkingskracht/zijn eigen identiteit, met dito verschillen aan bezoekers in feite volkomen vergelijkbaar met cafés : van bruin, trendy tot cafés populair onder studenten. Zo wijkt coffeeshop Popey op de Haarlemmerdijk af van die van de overbuur coffeeshop Green House; de eerste te vergelijken met een buurt-, de tweede met een trendy café.

Het is op basis van bovenbeschreven analyses wat van invloed is geweest in de keuze van onderstaande 11 coffeeshops om te onderzoeken van wat zich daarbinnen aan bezoekerspatronen afspelen om daarmee na te gaan of er sprake is van laagwaardig toerisme en of dit voor overlast zorgt.

- The Bulldog (Leidseplein)
- The Bulldog (Nieuwe Zijds Voorburgwal)
- Green House (Haarlemmerdijk)
- Popye (Haarlemmerdijk)
- Siberie (Brouwersgracht)
- De Boerejongens (Utrechtsestraat)
- Get Down to it (Korte Leidsdwaarsstraat)
- The Rookies (Korte Leidsdwaarsstraat)
- The Dolphins (Kerkstraat)
- Dampkring (Handboogstraat)
- Smokeys (Rembrandtplein)

Het onderzoek vond plaats in de maanden Oktober en November 2019 over een periode van 7 weken op maandagen (tussen 3 en 8 uur), donderdagen (tussen 6 en 9) en op de zaterdagen (tussen 2 en 8 uur).

De keuze voor die dagen was ingegeven van dat de maandag de voor coffeeshops meest reguliere doordeweekse dag is, op donderdag Amsterdam koopavond heeft en zaterdag de piekdag is van uitgaan als die van het (steden) toerisme.

De contacten met de bezoekers vonden plaats in de buurt van de balie waar cannabis aangeschaft kan worden en bij de tafels waar gerookt werd. En om elke interventie van het coffeeshoppersoneel te voorkomen vonden de gesprekken zo stil en informeel mogelijk plaats maar werd er wel zoveel mogelijk vastgehouden aan een vast stramien van het inwinnen van informatie zoals; land van herkomst en andere persoonlijke informatie, motieven van bezoeken Amsterdam en van die van de desbetreffende coffeeshop, ervaring in het gebruik van cannabis, enz.

In totaal zijn er met ongeveer 480 bezoekers korte tot lange gesprekken gevoerd (dat is inclusief het totaal aan bezoekers bij gesprekken wat in groepsverband plaatsvond).

Voor het verkrijgen van de dagelijkse gang van zaken in de coffeeshop, het proeven van de sfeer, het nagaan of er sprake is van overlast zijn aparte rondes van bezoeken afgelegd. De informatie hierover werd verzameld via los/vaste gesprekken met het personeel, via het in de buurt rondlopen en, als lukte, via contacten met omwonenden en naburige ondernemers.²

² Het is met meer dan 50 jaar kennis en ervaring van het werken in de wereld van drug en druggebruik (van in dit geval cannabis en coffeeshops) en dat opgedaan via straathoekwerk, dus ervaring met makkelijk contact leggen en vertrouwen winnen wat bij dit onderzoek goed van pas kwam. En de gesprekken verliepen niet via het "statisch" afvinken van het vragenlijssie en ook niet via het alleen maar passief aanhoren, maar middels het actief "rechercheren" van de informatie. Want zodra het over het, in velerlei opzichten, gevoelige onderwerp van drugs gaat ligt wat werkelijk speelt ergens tussen wat er wel en wat er niet verteld wordt. Het is de kunst om uit te pluizen van wat nou daarbij de werkelijkheid is. Dit rapport is daar hopelijk het resultaat van met hopelijk ook dat ik U daarin kan overtuigen.

3. Een aantal algemene indrukken over de bezochte coffeeshops plus een analyse over de bezoekerspatronen

3.1. Algemene indrukken van de bezochte coffeeshops:

- Het overgrote deel van de coffeeshops hebben zowel een verkoop - als een ontmoetingsfunctie.
- Beide functies hebben een verzorgd uiterlijk met relatief veel personeel waarbij iedere coffeeshop er een eigen huisstijl op nahoudt (van eenvoudig tot chic).
- Ongeacht welke dag van onderzoek in de coffeeshops was het een drukte van belang van in een opvallend gemoedelijke sfeer aan bezoekers uit binnen- en buitenland, van toerist tot stamgast.
- Een deel van de coffeeshops zetten portiers in voor het controleren van de leeftijd van de bezoekers en voor het in het oog houden van de directe omgeving.
- Zowel uit observaties als informatie van omwonenden en naburige ondernemers is er nauwelijks sprake van overlast (voor een verdere toelichting zie hoofdstuk 5).

Op basis van deze waarnemingen kan gesteld worden dat coffeeshops het beste te vergelijken zijn met cafés uit vroegere tijden waar naast het heffen van het glas ook een fles wijn gekocht kon worden voor thuis. De coffeeshop, de café/slijterij, maar dan voor het kopen van cannabis (voor thuis of andere gelegenheden) en/of het nuttigen van cannabis (roken/eten) in de shop zelf. En ook in menig ander opzicht zijn coffeeshops te vergelijken met cafés zoals het richten op specifieke doelgroepen, aandacht schenken aan de ontmoetingsfunctie voor de bezoekers met de ondersteunende rol van het personeel daarbij.

Echter waar coffeeshops met cafés in verschillen is de beperkte “uitdragerij” van haar producten. Daar waar in ieder zichzelf respecterend café uitgebreide rekken staan met drank, biertaps plus reclame en versieringen over allerlei soorten bier, wijn en gedestilleerd komt dit in coffeeshops met cannabis niet tot nauwelijks voor. Daar waar coffeeshops ook in verschillen met cafés is de vormen van overlast (voor een verdere toelichting, zie hoofdstuk 5).

Maar waar de onderzochte coffeeshops het meest in verschillen zijn de bezoekerspatronen en dat ook nog van een zeer drukke toeloop van toeristen uit alle delen van de wereld als bezoekers uit de regio en andere delen van het land. Hiermee onderscheiden de coffeeshops in de binnenstad zich niet alleen in menig opzicht met cafés maar ook met die van de coffeeshops in de woonwijken.

Wat betreft de drukte aan toeloop van toeristen is dat een volstrekt logische uitvloeisel van dat liefhebbers van cannabis nergens in hun eigen land over een coffeeshop kunnen beschikken zodat dit

nog steeds een typische Nederlands fenomeen is met Amsterdam als stad met een hoog toeristische aantrekkingskracht waar, voor een deel van de toeristen, de coffeeshop er een van is.

En voor wat betreft de drukte van toeloop aan bezoekers op de coffeeshop in de binnenstad uit de regio en verder uit het land is dat een rechtstreeks gevolg van een decennia lang Nederlandse softdrugs- en coffeeshopbeleid waarbij het aan elke afzonderlijke gemeente overgelaten wordt om een coffeeshop binnen de gemeentegrenzen toe te staan. En waar het bij menig publiek en politiek gevoelig dossier meestal op uit draait levert dat nou niet het gewenste resultaat op van in dit geval een uiterst onevenwichtige spreiding van coffeeshops over het land met in grote delen van Nederland überhaupt geen coffeeshop.

En als daar bovenop ook nog de afgelopen decennia het aantal coffeeshops in Nederland drastisch is verminderd is het niet meer dan logisch dat veel liefhebbers van cannabis, zonder coffeeshop in eigen stad of dorp, de coffeeshops in de Amsterdamse binnenstad als alternatief kiezen (met een goed openbaar vervoer naar Amsterdam als prettige bijkomstigheid).

Kortom, zowel de aard als omvang van de bezoekerspatronen in de Amsterdamse coffeeshops is het resultaat van het in mondiaal opzicht ontbreken van beleid ten aanzien van het gebruik van cannabis met waar dat in Nederland wel het geval is dit beleid gekenmerkt wordt door een onsamenhangende en willekeurige uitvoering.

Deze nogal boude conclusie is een uitvloeisel van dat het landelijke als het lokale coffeeshopbeleid nooit aansluiting heeft gezocht naar allerlei nieuwe ontwikkelingen in zowel nieuwe vormen van vrijetijdsbesteding als nieuwe trends in het gebruik van genotsmiddelen wat vanaf eind jaren 60 op gang kwam als uitvloeisel van de modernisering van de samenleving in wonen, werken, en leefstijlen.

Ten aanzien van het klassieke genotsmiddel van die van alcohol heeft zich vanaf die jaren een metamorfose voltrokken van in de "natte" horeca een aanbod van allerlei nieuwe soorten alcohol (van biermerken tot cocktails vanuit alle delen van de wereld) als allerlei nieuwe type cafés en andere gelegenheden waar alcohol geschonken wordt.

Ten aanzien van de niet klassieke genotsmiddelen werd cannabis door de decennia heen het meest populair van een gestage toename in het gebruik binnen uiteenlopende bevolkingsgroepen in leeftijd, sociale klasse en etniciteit.

Het bizarre is echter dat waar de "natte" horeca, sinds de jaren 60 met hulp van de landelijke en lokale overheden verder kon uitbreiden is bij het lokale en landelijke coffeeshopbeleid exact het tegenovergestelde gebeurt van een al bovenbeschreven onevenwichtige uitvoering als een substantiële afname van het aantal coffeeshops in Nederland wat tot op de dag van vandaag nog voortduurt.

3.2. De bezoekerspatronen van de vaste bezoekers (stamgasten):

- Ongeveer 20% van het totaal van de bezoekers waarmee gesprekken zijn gevoerd, kunnen gerekend worden tot de vaste bezoekers. Deze stamgasten zijn afkomstig uit Amsterdam of uit de regio (op maandag en donderdag ligt dit percentage hoger, en op zaterdag lager).
- Een klein deel van deze vaste bezoekers komen uit andere landen maar wonen, vanwege studie of werk, tijdelijk in Amsterdam (de zgn: tijdelijke vaste stamgasten).

Welke argumenten en motieven spelen een rol voor het kiezen van de favoriete coffeeshop:

- Het dicht bij de coffeeshop wonen of werken. Dit argument is vergelijkbaar met de keuze van de stamgast voor zijn stamcafé met dit verschil dat bij een deel van de niet Amsterdamse stamgasten de keuze voort komt bij gebrek aan een coffeeshop in eigen stad of dorp.
- De zekerheid van het kopen van de favoriete soort hasj of wiet (met de huisdealer die vaak van de persoonlijke voorkeur op de hoogte is).
- De zekerheid van het ontmoeten van vrienden en bekenden met, wat opviel, van dat er tussen de stamgasten uitgebreid gepraat wordt over van alles en nog wat over cannabis; over de verschillen tussen de soorten, de kwaliteit, de smaak, de wetenswaardigheden tot "fake News" aan toe (te omschrijven als orale cannabis communicatie als uitvloeisel van dat er nauwelijks geschreven materiaal is over dit soort thema,s).
- Contacten opdoen met bezoekers "uit de hele wereld".
- Vaste afspreekplek voor het verder samen uitgaan in de binnenstad (koopavond, bioscoop, avondje "stappen").
- Voor degene met een tijdelijk verblijf in Amsterdam (vanwege studie of werk), geeft de favoriete coffeeshop een beetje een 'thuisgevoel' met een gereede kans op het ontmoeten van bezoekers uit eigen land.
- En tenslotte gaven een aantal vaste bezoekers aan om medisch/ therapeutische redenen cannabis te gebruiken (*"die van de huisarts is veel te duur en te omslachtig om het aan te vragen", "Ik kan hier ook eetbare cannabis kopen en het personeel kent mijn situatie"*).

3.3. De bezoekerspatronen van de niet vaste bezoekers (bij gelegenheid) :

- Ongeveer 15% van het totaal aan bezoekers waarmee gesproken is behoort tot deze categorie, afkomstig uit Amsterdam, de regio of de rest van Nederland.
- De coffeeshop wordt bezocht als start- of eindpunt voor een avondje uit in Amsterdam naar bioscoop, theater, AJAX, festival, "stappen", enz.
- Na allerlei verplichtingen/ activiteiten in Amsterdam (zoals het bezoeken van beurzen, congressen, festivals) bijkomen/bijpraten in een coffeeshop voor het roken van een joint en/ of aanschaf cannabis voor thuis (dit laatste vooral bij bezoekers zonder coffeeshop in eigen stad of dorp).

Beide categorieën van zowel vaste als niet vaste bezoekers zijn uiteenlopend in leeftijd van 18 tot sommige ouder dan 60 jaar met de middelbare leeftijd van 25 tot 35 jaar als meest voorkomende leeftijdsgroep. Getrouwd, ongetrouwd, wel/geen kinderen, werkeloos, ZZP-er, scholier/ student, manager, werkers uit meerdere nivo,s in de horeca, de zorg, bij de overheid, de particuliere sector, enz. Inclusief de verschillen in etniciteit is dit een redelijk overzicht van de bezoekers van de bezochte coffeeshops.

Het is voor al deze bezoekers van het met elkaar genieten van een joint wat het café is van het onder gelijkgestemden genieten van alcohol. Het bevestigt nogmaals wat eerder in dit rapport geschreven is dat de functie van een coffeeshop vergelijkbaar is met die van cafés en dat gaat in zekere zin ook op voor beide genotsmiddelen. Want los van het grote verschil van het gewenste effect (en die van het gezondheidsrisico wat bij alcohol beduidend hoger is), zijn er nauwelijks verschillen tussen alcohol en cannabis: **van een door de weeks te gebruiken en makkelijk te doseren genotsmiddel voor het bereiken van het gewenste effect.** En mocht het dan toch fout gaan is er altijd nog de vriend of personeelslid van het café (bij alcohol) of de coffeeshop (bij cannabis) die hulp bieden. En ook die basale hulp tussen beide middelen verschilt nauwelijks van elkaar.

En om de vergelijking tussen alcohol en cannabis nog verder door te trekken werd uit eigen waarneming en uit informatie van het personeel duidelijk dat ook coffeeshops het probleem kennen van dwangmatig gebruik. Maar dwangmatige blowers vallen veel minder op alleen al omdat het (mis)bruik zich veel minder luidruchtig afspeelt dan bij alcohol met echter wel als consequentie dat dwangmatige blowers vaak langer "onder de radar" blijven voor naasten en hulpverleners (personeel van een aantal coffeeshops melden dan ook dat dit probleem daarom extra aandacht krijgt in de cursus: Goed Gastheerschap voor het coffeeshoppersoneel).

3.4. De bezoekerspatronen van toeristen:

- De toeristen zijn afkomstig uit alle delen van de wereld met vooral bezoekers uit West Europese landen.
- Op een enkeling na bezoeken toeristen in groepsverband de coffeeshop.
- Het is hetzelfde groepsverband waarbinnen degenen met al ervaring in het gebruik van cannabis toezicht houdt op degenen zonder die ervaring.
- De kleinste groep van minimaal 2 zijn globetrotters op wereldreis die met de reisgids in de hand de hotspots van Amsterdam bezoeken waar kennelijk de coffeeshop niet bij mag ontbreken.
- Groepsreizigers (van 5 personen of meer) behoren tot de categorie van stedentoeerisme; van goedkope tot sjeke aanbiedingen via het lokale reisbureau.
- Dat geldt ook voor vriendengroepen (zowel die van jongens als die van meiden) waarvan de keus voor Amsterdam bepaald was door iemand binnen de groep (die aan de beurt was om iets te organiseren). Van wat er dan aan Amsterdamse activiteiten georganiseerd wordt loopt sterk uiteen: van een druk gevarieerd programma tot die met louter vermaak.
- Ondanks dat bij een deel van de toeristen het bezoeken van een coffeeshop hoog op de to-do-list staat gaf iedereen aan om meerdere motieven in Amsterdam te zijn, zoals het bezoeken van het mega- internationale festival van die van Amsterdam Dance Event (ADE) wat toevallig tijdens het onderzoek plaats vond (van 16 tot 20 oktober). Op de dagen van onderzoek op donderdag (17 oktober) en zaterdag (19 oktober) zaten de coffeeshops vol met ADE festivalgangers, DJ's en andere professionals van dit event. Voor deze bezoekers was de coffeeshop een soort rustplek van het bijkomen van het eerste ADE feest op woensdag, van het uitwisselen van ervaringen en het maken van nieuwe afspraken voor de nieuwe dance-nacht of het bezoeken die dag van de meer serieuze thema's van ADE. Voor deze bezoekers was de coffeeshop in feite meer een plek om koffie te drinken om energie op te doen dan om een joint te roken.

De variëteit aan etniciteit van de bezoekers wordt uiteraard voor een groot deel bepaald uit welk land/werelddeel zij afkomstig zijn.

En wat de leeftijd van de toeristen betreft lag die gemiddeld lager dan die van de twee eerder beschreven categorieën van bezoekers (ongeveer zo tussen de 18 en 35 jaar) zodat ook hun sociaal/economische status "lager" lag van nog studerend tot aan het begin staan van een carrière.

Maar waar de carrière zich al wel volop had voltrokken waren koppels of vriendengroepen op leeftijd die Amsterdam opnieuw bezochten ter herinnering van de studenten/wereldreistijd en die van het bezoeken van coffeeshops. De woorden van "gezellig" Amsterdam (wat nog maar moeilijk

uitgesproken kon worden) als “joint” (dat ging makkelijker) waren hierbij de sleutelwoorden. Het waren deze bezoekers die zich profetisch uitlieten bij het zien van de jonge toeristen in de coffeeshop: *“Was in onze tijd het beeld hardnekkig als zou je door blowen je toekomst verknallen, dat beeld is er nog steeds.” “Maar kijk eens naar ons van logeren in het sjeke Hotel The Grand (het voormalige Amsterdamse stadhuis AdL) met eerst nog even naar huis bellen hoe het met de kleinkinderen gaat en of the firm die mega order heeft binnen gesleept?”*

En toen ik uitlegde dat ik op onderzoek was naar laagwaardig toerisme en overlast waren de reacties: *“dat je zeker goed diep en goed fout kan gaan met blowen maar dat in Amsterdam dat aan de oppervlakte, dus goed zichtbaar blijft met als voordeel dat het zich sneller corrigeert dan overal elders in de wereld waar dat fout gaan diep weggestopt zit. En het is puur dat zichtbare waardoor Amsterdam het stigma opgeplakt krijgt als zou het de drughoofdstad van de wereld zijn terwijl dat zichtbare juist als voordeel gezien moet worden!”*

4. De aantrekkingskracht van coffeeshops voor toeristen

Wat maakt beter zichtbaar van wat onder toeristen aan argumenten leeft over de aantrekkingskracht van coffeeshops dan dit in hun eigen citaten te verwoorden;

“Wat in mijn land in de verste verte niet mogelijk is, is een plek waar je rustig kunt zitten zoals in deze coffeeshop”

“Waar ik bij blowen in mijn eigen land altijd de neiging heb om achterom te kijken is dit wantrouwgevoel hier totaal afwezig”

“Wat een weldaad om hier bij het kopen van cannabis niet eerst die gladde praatjes van de dealer te moeten aan horen; hier in deze coffeeshop is alles duidelijk, en zo niet dan krijg je gewoon uitleg over wat je wilt weten”

“Waar ik in eigen land maar moet afwachten van wat er aan stuff te koop is, kan ik hier uit een uitgebreide menukaart van hasj en wiet kiezen met als voordeel van dat ik een keuze heb aan lichte tot sterke soorten hasj of wiet”.

“Nou snap ik waarom in Holland een “sticky” een “joint” genoemd wordt. Het grote verschil van in je uppie roken en hier onder en met elkaar in een coffeeshop.”

“Wat een weldaad. Van die rustige sfeer hier zonder gestoord te worden door luidruchtige gesprekken van de tafels naast je zoals in cafés”

“Waar in de wereld ontmoet je op een plek mensen uit de hele wereld”

“Hier in de coffeeshop kan je gewoon zitten zonder die druk van iets te moeten bestellen.”

Van wat bij het bezoeken van de 11 coffeeshops opviel was het hoge percentage aan meidengroepen uit alle delen van de wereld die al pratend, lachend en selfiet met elkaar een joint deelden. En toen ik met hen in gesprek ging kwam een eenduidig beeld naar voren, verwoord door een groep meiden uit Manchester, Engeland;

“Als wij in ons land met elkaar zijn en af en toe een jointje willen roken moeten we eerst op (onzeker) pad en zijn we altijd afhankelijk van mannen: de contactpersoon is een man, de dealer is een man en ook bij het onderhandelen over de prijs en het nee zeggen van geen interesse hebben in andere (lees hard) drugs moeten we opboksen tegen mannen. Hier in Amsterdam is al dat gestress volkomen afwezig met, kijk om je heen, veel vrouwelijk en vriendelijk coffeeshoppersoneel. Wat een verademing, wat een verschil met ons land met al dat gedoe voor nota bene alleen maar het roken van een jointje!”

En toen zij dit vertelden voegde ik daaraan toe van dat hetzelfde vrouwelijk personeel eerste hulp biedt mocht een van de meiden teveel geblowd hebben. En wat daarop volgde was een litanie aan verhalen hoe in hun land mannen te hulp schieten met voorbeelden die in vele gevallen soms weinig met hulp van doen had.

5. Coffeeshops en overlast

Zoals eerder uitgelegd in dit rapport is middels het spotten van de omgeving, door gesprekken met personeel en omwonenden geprobeerd een beeld te krijgen van de aard en omvang van de overlast die in rechtstreeks verband staat met coffeeshops.

Het probleem hierbij was dat vooral in een omgeving met veel in- en uitloop van naburige (horeca) gelegenheden en/of de coffeeshop gevestigd is in een drukke, smalle straat of steeg het moeilijk uit te zoeken valt welke overlast nou werkelijk toe te dichten is aan de coffeeshop.

En daarnaast is overlast een subjectief gegeven van het verschil in opvatting van dat drukte en lawaai nou eenmaal bij het leven in de grote stad hoort, terwijl een ander dat al snel als overlast ervaart.

En wat ook van invloed is, is beeldvorming van dat een druk café door de directe omgeving als gezellig en vertrouwd ervaren wordt terwijl een drukke coffeeshop op minder passie kan rekenen (zoals kankeren op coffeeshops in de veronderstelling : "*van dat die blowers allemaal losers en uitkeringtrekkers zijn*", tot de meest recente beeldvorming die een bewoner had overgenomen van de hoogste baas van de Nederlandse Politie als zouden "*al die drugsgebruikers de drugsmaffia in stand houden.*"³

En tenslotte is er het probleem van dat het onderzoek plaats vond in de herfst van het jaar, dus donker en koud Amsterdam met ergo weinig bewoners op straat en geen open ramen van hun huizen, van geen buitenactiviteiten. Het is al dit zomerse buitengebeuren met meer kans van dat de eventuele overlast van de nabije coffeeshop sneller opvalt dan in de herfst.

En nu het toch over het buitengebeuren gaat valt op dat het overgrote deel van de coffeeshops geen terrassen hebben.

En die er wel een hebben geeft weinig overlast van nauwelijks luidruchtig publiek, van geen/weinig muzieklawaai uit de coffeeshop, zoals vaak wel bij/rond populaire cafés in de binnenstad van: ***tot in de late uurtjes voor de deur staande groepen door elkaar heen pratende bezoekers met een glas bier of wijn in de hand.*** En ook het vaak luidruchtig verlaten van cafébezoekers is dit bij coffeeshopbezoekers beduidend minder. En ook het fenomeen van even buiten een sigaretje roken ontbreekt ook haast volledig bij coffeeshops.

³ Ik kon het niet laten op die bewoner te reageren met dat sinds de jaren 20 van de vorige eeuw nog nooit iemand de schuld bij de whiskydrinker heeft gelegd van, door de drooglegging van alcohol in de USA, de opkomst van de moderne maffia, dezelfde maffia die decennia later in de jaren 70 een rol ging spelen in de internationale heroïnehandel en latere andere drugsmarkten. Kortom, als de logica van die bewoner consequent doorgetrokken zou worden tot de dag van vandaag is het niet de druggebruiker maar nog steeds die whiskydrinker die verantwoordelijk gesteld moet worden voor de drugsmaffia. Maar helaas haakte de bewoner al snel af bij deze, in mijn ogen eigenlijk zeer consequente en logische redenering).

Wat wel overlast geeft en waar bewoners en passanten over klagen is hinder van de wietlucht "*Vooraf in de zomer lijdt dit tot irritatie in de straat*", benadrukte een bewoner. En om bij de zomer te blijven hebben bewoners klachten van bezoekers die teveel geblowd hebben en op straat/ portiek ineengedoken zich strontziek voelen, de boel onder kotsen, reuring teweeg brengen bij de bezorgde vrienden, enz.⁴

Daarnaast wordt geklaagd over snel in- en uitlopende bezoekers die kennelijk alleen voor het kopen van cannabis de coffeeshop bezoeken. Het lukraak op de stoep stallen van fiets of scooter wekt wrevel.

Dezelfde wrevel onder de bewoners is de vervuiling van rondslingerende plastic- wietzakjes, van lege hulzen van voorgedraaide joints en dat vooral bij hangplekken in de buurt. Ondanks dat dit grotendeels veroorzaakt wordt door blowende jongeren (onder de 18 jaar die niet in coffeeshops mogen komen) wordt dit door de bewoners in direct verband gebracht met de nabijgelegen coffeeshops.

Het niet onderscheiden van afzonderlijke ontwikkelingen doet zich nog meer voor. Waar voorheen op het Waterlooplein nog alleen T-shirtjes met een wietlogo verkocht werd en ligt nu in menig souvenirshop kop en schotels met het cannabislogo tot waterpijpen, wietchocola en wietlollies aan toe. Deze uitventerij van cannabis prullaria wordt door veel bewoners als irritant ervaren als onderdeel van de verloedering van de binnenstad gezien, van goedkoop toerisme plus dat het imago versterkt als zou Amsterdam "*de drugshoofdstad van de wereld*" zijn waarbij de coffeeshop als "*vlaggeschip*" beschouwd wordt. Dat laatste gaat zelfs zover dat souvenirshops door buurtbewoners vereenzelvigd worden met coffeeshops, zodat in de buurtcafés de gesprekken tussen buurtbewoners het verwijt doorklinkt dat het stadhuis maar van alles toelaat wat betreft drugs van dat er: "*steeds maar weer meer coffeeshops bijkomen!*" Tijdens het onderzoek werd ik dan ook met ongeloof aangekeken als ik erop wees dat er juist sprake is van een afname van het aantal coffeeshops in de binnenstad.⁵

Zoals eerder in hoofdstuk 3 beschreven hebben de coffeeshops in de binnenstad en dagelijkse drukte aan bezoekers uit binnen- en buitenland te verwerken. En om die extra toeloop zoveel mogelijk in goede banen te leiden zijn veel coffeeshops overgegaan tot het instellen van een portier annex

⁴ Het is helaas zo dat te weinig coffeeshops een actief beleid hebben voor het in de zaak houden van bezoekers als die teveel geblowd hebben. Training van personeel hoe te eerstehulpen zou ook meer aandacht moeten krijgen (nb.: met al zeer eenvoudige ingrepen kan een bezoeker al weer snel opknappen). En dat geldt ook voor het voorlichten over de verschillen in sterktes tussen de soorten hasj en wiet. Daar waar de kennis aan verschillen in sterktes tussen bier, wijn en gedestilleerd zowat gemeengoed is, zou dit ook voor de bezoekers van coffeeshops moeten opgaan. In meerdere coffeeshops zag ik dat daar moeite voor gedaan wordt maar zijn, bij het ontbreken van een landelijk gecertificeerd cannabis labteststelsel, de resultaten te beperkt. Meerdere oproepen naar de landelijke overheid om een dergelijk systeem te faciliteren zijn tot nu toe geweigerd zelfs het verzoek van dat in het kader van de volksgezondheid, laboratoria toegestaan wordt om hasj en wiet uit het coffeeshopcircuit te testen is door de overheid afgewezen!

⁵ Daar waar in hoofdstuk 3.1 al een uitleg is gegeven op de afgelopen decennia gestage afname van het aantal coffeeshops in Nederland heeft zich dat meer recent ook afgespeeld in de Amsterdamse binnenstad. Ten eerste als uitvloeisel van de invoering van een aantal jaren geleden van het verbod op coffeeshops nabij scholen waardoor veel coffeeshops in de binnenstad de deuren hebben moeten sluiten. Hetzelfde vond plaats als uitvloeisel van het beleid van het Upgraden van de Amsterdamse binnenstad als zou dor een forse reductie van het aantal coffeeshops dit de leefbaarheid van die binnenstad ten goede komen. Het valt op dat in de weer recente discussie over de leefbaarheid van de binnenstad verbeterd kan worden nauwelijks terug geblikt wordt op wat de eerdere pogingen aan resultaten hebben opgeleverd.

buurtwatcher. Deze werkers controleren niet alleen de leeftijd van de bezoekers (toegang18+) maar houden ook een oogje in het zeil in de directe omgeving en grijpen in waar nodig en dat, wat een portier meldde, in overleg met andere ondernemers en buurtbewoners. Zover uit de gesprekken met deze portiers en een aantal omwonenden/college ondernemers opgemaakt kon worden werkt dit systeem naar behoren.

Naast het inzetten van portiers zijn meerdere coffeeshops overgestapt op louter verkoop van cannabis om daarmee op een efficiënte wijze de drukte op te vangen. Maar zoals menig preventie deskundige zal beamen levert een verschraving van de omgeving waar een psychoactieve stof aangeschaft en geconsumeerd wordt geen bijdrage van het in goede banen leiden van het gebruik van diezelfde stof, zowel niet voor de gebruiker als voor de directe (leef) omgeving.

In bijlage 1 worden dan ook een aantal suggesties aangereikt voor wat omschreven kan worden als een Amsterdams coffeeshopbeleid binnen zowel een stedelijk, landelijk als mondiaal perspectief. (deze bijlage is een notitie van wat al in september van vorig jaar naar het Amsterdamse stadhuis is gestuurd).

Bijlage

Amsterdams coffeeshopbeleid binnen zowel stedelijk, landelijk als mondiaal perspectief als bijdrage voor het verbeteren van het leefklimaat van de Amsterdamse binnenstad



Vanaf de jaren zestig is cannabis uitgegroeid tot, na alcohol, het meest populaire genotsmiddel in de wereld. Echter is Amsterdam, als toeristische wereldstad, nog steeds de enige stad in de wereld waar zonder angst voor arrestatie in de publieke ruimte cannabis gekocht en geconsumeerd kan worden. Het is dan ook meer dan logisch dat voor al die wereldwijde liefhebbers van cannabis in leeftijd, sociale klasse en etniciteit de Amsterdamse coffeeshop een unieke plek is wat in eigen stad of land volstrekt ontbreekt. Op basis van deze constatering zou je logischerwijs een enorme, aan Koningsdag afgeleide, dagelijkse overlast in de binnenstad mogen verwachten met een dito aanslag op de Amsterdamse eerstehulpdiensten voor al die buitenlandse consumenten die, onwennig aan de hier genoten vrijheid geen maat weten te houden in het gebruik van cannabis. Dit beeld is geenszins het geval wat de vraag oproept waarom er in al die decennia nooit onderzoek is gedaan welke mechanismes van invloed zijn dat, ondanks bovenbeschreven potentiële overlastdreiging, het in de praktijk reuze meevalt. Mijn mening hieromtrent is dat het de coffeeshops zijn wat een aantrekkingskracht uitoefent op een deel van het toerisme naar Amsterdam maar dat het diezelfde coffeeshops zijn die het gebruik van cannabis in goede banen leidt En om Koningsdag nogmaals te noemen zijn het de coffeeshops die er op die dag altijd een terughoudend verkoopbeleid op na houden, met daardoor nauwelijks overlast en verhoudingsgewijs ten opzichte van alcohol nauwelijks het inzetten van ambulances.

Een leefbare Amsterdamse binnenstad

Het zijn in mijn ogen al deze aspecten die in ogenschouw genomen moeten worden voor een afgewogen analyse over wat de invloed is van coffeeshops op het leefklimaat van de Amsterdamse binnenstad. Kortom, wordt het niet eens tijd om het coffeeshopbeleid niet te zien als een noodzakelijk kwaad maar als een noodzakelijk goed van dat **een leefbare Amsterdamse binnenstad**

gebaat is bij een integrale visie op het gebruik van cannabis met de coffeeshop als instrument voor het in goede banen leiden van dat gebruik.

Het ontwikkelen van zowel een lokaal (stedelijk) als een regionaal coffeeshopbeleid en dat binnen het perspectief van de snel groeiende mondiale trend in het legaliseren van cannabis is de beste bijdrage voor het realiseren van een toekomst bestendige Amsterdamse binnenstad.

Lokaal:

- 1) De eerste invalshoek is onderzoek starten naar de verschillen in functies tussen de coffeeshops in het centrum van de stad en die in de woonwijken Ter herinnering heb ik daarover als niet-wetenschapper in 1994 een rapport geschreven die in menig opzicht nog steeds lezenswaardig is (*Onderzoek naar de sociale functie van 115 Amsterdamse coffeeshops, Adviesburo Drugs 1994*). Met een dergelijk onderzoek zal dit ongetwijfeld een beleidslijn opleveren naar een evenwichtig, over de stad verspreid, netwerk van kleinschalige coffeeshops. Wat niet alleen tegemoet komt aan de diversiteit aan liefhebbers van cannabis, (vergelijkbaar met de diversiteit aan liefhebbers van alcohol met dito hun behoefte aan verscheidenheid in soorten cafés), maar ook de toeloop terugdringt op de coffeeshops in de binnenstad

Regionaal

- 2) Ten tweede het werken aan een regionaal coffeeshopbeleid. Vanuit alle regionale Amsterdamse windhoeken gezien zijn er nauwelijks tot geen coffeeshops in de regio (met Amstelveen als koploper met nul coffeeshops om ook over onze nieuwe woonwijk IJburg maar te zwijgen) waardoor al die cannabisconsumenten in die regio aangewezen zijn op de Amsterdamse coffeeshops. Het moet toch langzamerhand duidelijk zijn dat het 45 jaar oude, op lokaal niveau, nuloptievestigingsbeleid van coffeeshops een gedrocht is! Onderzocht moet worden of ook de Provinciale overheid een rol kan spelen als bijdrage voor een uiteindelijk over het land evenwichtig gespreid netwerk van lokale coffeeshops. Met als positief bijeffect van, hoe dichter een voorziening gesitueerd is in een omgeving waar de behoefte ligt, hoe minder kans op overlast.

Mondiaal

- 3) Ten derde mijn oproep dat Amsterdam over zijn eigen verworvenheden uitstijgt dat na 50 jaar Amsterdamse coffeeshops en 43 jaar Nationaal scheidingsbeleid tussen soft- en harddrugs er eindelijk mondiale ontwikkelingen op gang komen richting het legaliseren van cannabis. Zowel binnen de internationale instituties, zoals de WHO en de VN, als binnen allerlei samenwerkingsverbanden in de verschillende werelddelen. In Europa, Azië, Noord en Zuid Amerika zijn ontwikkelingen gaande voor het reguleren en legaliseren van industriële producten van Hennep, van productie en verkoop van CBD, van de medisch/therapeutische

toepassingen tot het daadwerkelijk legaliseren van het recreatief gebruik van cannabis. Al deze ontwikkelingen voltrekken zich in een stroomversnelling en, nog belangrijker, een niet te stoppen proces, met Canada en steeds meer Staten in de USA als de meest vooruitstrevende landen. In het kielzog van deze ontwikkelingen worden in steeds meer landen in de wereld vergelijkbare horecagelegenheden geopend met die van de Amsterdamse coffeeshops. Zo gaan steeds meer bestuurders en beleidsmakers in landen waar de legalisering van cannabis op de agenda staat na een bezoek aan Amsterdam terug naar eigen land met de overtuiging dat de coffeeshop een effectief instrument is in het integreren van die legale cannabis in het lokale horecabeleid.

Het moge duidelijk zijn van dat deze mondiale ontwikkelingen zijn weerslag zal krijgen op een geleidelijke afname van de internationale toeloop op de Amsterdamse “binnenstadcoffeeshops”. Met geoefende ogen en oren is deze ontwikkeling al waar te nemen uit beschrijvingen van toeristen dat zij meer en meer in eigen land van vergelijkbare voorzieningen gebruik kunnen maken als de Amsterdamse coffeeshops. Deze ontwikkeling speelt zich al veel prominenter af aan de oostgrens van Nederland van dat door steeds meer steden in Duitsland met “informele” coffeeshops de toeloop op de coffeeshops in de grenssteden afneemt.

De komende jaren zal deze afname aan buitenlandse cannabisconsumenten op Amsterdam ongetwijfeld doorzetten zodat de Amsterdamse coffeeshop steeds meer dezelfde functie krijgt als het café van het in plaats van alcohol het onder gelijkgestemden in een sociale setting consumeren van cannabis. Een in alle opzichten de meest effectieve methode van het in goede banen leiden in het gebruik van een psychoactieve stof.

De coffeeshop als normale horecaonderneming.

Bovenbeschreven beleidslijnen richting een integraal coffeeshopbeleid valt en staat bij het legaliseren van de achterdeur van coffeeshops. Helaas komt de opzet die de regering gekozen heeft met haar experiment voor die legalisering in geen velden of wegen tegemoet aan hoe die legale achterdeur er idealiter uit moet zien (het vergt voor deze notitie te lang om dit nader toe te lichten). Maar even belangrijk is dat door de gekozen opzet van het experiment het Amsterdamse softdrugs- en coffeeshopbeleid voor de komende 6 – tot 7 jaar onwrikbaar in beton gegoten zit met geen enkele mogelijkheid om de nu al decennia verstikkende AHOJ-G criteria voor coffeeshops open te breken om over de andere noodzakelijke vernieuwingen van het cannabisbeleid maar te zwijgen zoals het onder de Warenwet plaatsen van CBD. Een dergelijke stilstand is niet alleen fnuikend voor het softdrugs- en coffeeshopbeleid maar ook voor de beleidsontwikkeling van de Amsterdamse binnenstad.

August de Loor,

Adviesburo Drugs, September 2019