

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1236

Vragen van het lid **Van der Staaij** (SGP) aan de Ministers van Justitie en Veiligheid en voor Medische Zorg over *het bericht dat coffeeshops sportverenigingen sponsoren* (ingezonden 5 november 2019).

Antwoord van Minister **Grapperhaus** (Justitie en Veiligheid), mede namens de Minister voor Medische Zorg (ontvangen 23 december 2019). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2019–2020, nr. 878.

Vraag 1

Heeft u kennisgenomen van het bericht «Coffeeshops sponsoren voetbalclubs: gedogen of verbieden?»¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2 en 6

Deelt u de mening dat het zeer onwenselijk is dat coffeeshops (sport)verenigingen of -evenementen sponsoren, enerzijds vanwege de normalisering van drugsgebruik die hiervan uitgaat, anderzijds vanwege de afhankelijkheid van coffeeshops van de illegale drugsmarkt?

Is het zo dat reclame-uitingen door coffeeshops bij (sport)verenigingen reeds zijn verboden, conform Opiumwet, artikel 3b, lid 1 en het verbod op affichering uit de AHOJG-criteria (geen affichering (a), geen harddrugs (h), geen overlast (o), geen verkoop aan jeugdigen (j), geen verkoop van grote hoeveelheden per transactie (g))? Strekt dit verbod zich ook uit tot sponsoring van sportverenigingen door coffeeshops waarbij geen sprake is van reclame-uitingen?

Antwoord 2 en 6

Wij delen de zorg over de normalisering van drugsgebruik in het algemeen. Elke openbaarmaking die het bevordert dat er middelen zoals cannabis worden verkocht is op basis van artikel 3b van de Opiumwet verboden. Met dit reclameverbod wordt het aansporen tot het gebruik van drugs ontmoedigd. De gedachte achter dit artikel is dat het onwenselijk is dat niet-

¹ NOS, 2 november 2019, «Coffeeshops sponsoren voetbalclubs: gedogen of verbieden?» (<https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2308736-coffeeshops-sponsoren-voetbalclubs-gedogen-of-verbieden.html>)

gebruikers ongewild geconfronteerd worden met (reclame voor) drugs. Dus ook het sponsoren van sportverenigingen of -evenementen door middel van openbaar­makingen die de verkoop van cannabis stimuleren is verboden. Sponsoren is onwenselijk en bij een overtreding kan hiertegen worden opgetreden. Of het sponsoren door een coffeeshop van een bord langs het veld of een uiting op een shirt een overtreding van artikel 3b van de Opiumwet oplevert, is afhankelijk van de informatie die wordt vermeld en zal per casus moeten worden beoordeeld².

In de Aanwijzing Opiumwet van het Openbaar Ministerie (hierna: OM) staan de gedoogcriteria (zgn. AHJOGI-criteria) opgenomen voor coffeeshops. Zolang coffeeshops zich aan deze criteria houden, zal het OM de coffeeshops niet strafrechtelijk vervolgen voor het verkopen van cannabis. Eén van deze criteria is het afficheringsverbod. Dit betekent dat het niet is toegestaan voor coffeeshops om reclame te maken, in die zin dat een coffeeshop geen reclame maakt anders dan een summiere aanduiding op de betreffende lokaliteit. Indien dit wel het geval is, dan kan het Openbaar Ministerie besluiten over te gaan tot strafrechtelijke vervolging. Nagenoeg alle gemeenten hebben de handhaving op het afficheringsverbod ook opgenomen in hun lokale beleid³. Dat houdt in dat de burgemeesters van deze gemeenten ook bestuursrechtelijk kunnen handhaven bij een overtreding van het afficheringsverbod.

Indien de sponsoring geen reclame-uiting betreft dan is er geen sprake van een overtreding op basis van de wet of de gedoogcriteria. De sportbond kan wel aanvullende regelgeving opnemen in statuten, reglementen of een besluit van het bestuur en heeft de mogelijkheid om overtredingen hierop te bestraffen. De KNVB vindt het bijvoorbeeld onwenselijk dat clubs worden gesponsord door coffeeshops en heeft dit vanuit het bestuur amateurvoetbal verboden. Indien wel reclame wordt gemaakt, dan wordt hiervan aangifte gedaan bij de tuchtrechtelijke organen van de KNVB. Daarnaast heeft NOC*NSF modelstatuten- en reglementen beschikbaar voor sportclubs waarbij ook een artikel is opgenomen dat het bestuur de mogelijkheid geeft om richtlijnen voor sponsorschap te stellen.

Vraag 3

Erkent u het risico dat door deze praktijken de verwevenheid tussen boven- en onderwereld wordt versterkt?

Antwoord 3

Ik erken dat er een spanning bestaat met betrekking tot het gedoogbeleid. Het feit dat het telen en verkopen van cannabis verboden is en de verkoop in de coffeeshop weliswaar verboden is, maar wordt gedoogd, draagt een intrinsieke spanning en leidt in die zin tot een zogenaamde verwevenheid tussen boven- en onderwereld. Deze spanning bestaat al zolang het gedoogbeleid voor coffeeshops bestaat en is van meet af aan onderkend.

Vraag 4

Kunt u een overzicht geven van alle coffeeshops in Nederland die sportclubs, dan wel andersoortige verenigingen of evenementen sponsoren? Kunt u hierbij aangeven om welke bedragen het gaat (per coffeeshop)? Zo niet, bent u bereid hiernaar onderzoek te verrichten?

Antwoord 4

Wij beschikken niet over een overzicht van de sponsoring van coffeeshops aan sportclubs. Het is aan het lokale bestuur en het OM om te handhaven, indien er sprake is van een overtreding. Samen met de Minister van

² In het begrip «openbaar­making» zoals opgenomen in artikel 3b van de Opiumwet, is uitsluitend een verbod op de openlijke aanprijzing van drugs vervat. De rechter heeft hierover in 2010 geoordeeld dat het begrip «openbaar­making» niet zover kan worden opgerekt dat daaronder ook valt het enkel openlijk vermelden van het woord coffeeshop, al dan niet met gegevens als naam, logo en adres, zonder dat daarbij in tekst of beeld een relatie wordt gelegd met drugs. Openbaar­making van de naam en adresgegevens van een coffeeshop is niet hetzelfde als het aanprijzen van de drugs die verkocht worden (ECLI:NL:GHAMS:2010:BN7285).

³ Onderzoek Breuer Intraal «Coffeeshops in Nederland 2018» dat naar uw Kamer is gestuurd op 5-09-2019, Kamerstuk 24 077, 428. Van de 102 coffeeshopgemeenten hebben 100 de handhaving op het afficheringscriterium in hun beleid vermeld.

Medische Zorg en Sport ga ik onderzoek doen naar de inmenging van criminelen bij sportverenigingen. Hiermee geeft het kabinet invulling aan de motie van de Kamerleden Pater-Postma, Diertjens en Heerema (vergaderjaar 2018–2019; kst-30234-217).

Vraag 5

Hoe verhoudt reclame voor coffeeshops langs sportvelden zich tot het drugspreventiebeleid van de regering?

Antwoord 5

Het Nederlands drugspreventiebeleid kent verschillende facetten. Het is gericht op het voorkomen van gebruik, het voorkomen van gezondheidsincidenten door gebruik, het voorkomen van verslaving en aanbieden van hulp om van een verslaving af te komen, en *harm reduction*. Dit is ook de achterliggende gedachte van de regelgeving op dit gebied. Zie hierbij ook de antwoorden op vraag 2 en 6.

Vraag 7

Welke maatregelen neemt u en welke maatregelen nemen gemeenten om een einde te maken aan de financiële banden tussen coffeeshops en (sport)verenigingen?

Antwoord 7

Indien er sprake is van een reclame-uiting, dan is het aan het de burgemeester, dan wel het OM, om te handhaven. Daarnaast kunnen overtredingen op reglementen, statuten en besluiten worden bestraft via het tuchtrecht. Tevens kan – indien sprake is van een zakelijke overeenkomst met een rechtspersoon – een sportclub als eis stellen dat de rechtspersoon een VOG RP dient te overleggen. Bovendien investeert de Minister voor Medische Zorg en Sport in integer bestuur van sportverenigingen onder andere door verenigingsbegeleiding, bestuurscoaching en het vernieuwen en implementeren van de Code Goed Bestuur.