RAND EUROPE

Breuer ONDERZOEK & INTRAVAL ADVIES

Trimbos instituut



Onderzoek Experiment Gesloten Coffeeshopketen

Rapportage eerste vervolgmeting 2025

Ralph Mennes, Stijn Hoorens, Margriet van Laar

Erwin van der Lee, Isa Dam, Ben Senator, Rosa Andree,
Karin Monshouwer, Pieter Oomen, Sander Rigter

Voor meer informatie over deze publicatie, ga naar:

breuerintraval.nl/publicatie/onderzoek-experiment-gesloten-coffeeshopketen-2

www.rand.org/randeurope/research/projects/2023/coffeeshop-cannabis-experiment.html

www.trimbos.nl/kennis/drugs/informatiepermiddel/cannabis/experiment-gesloten-coffeeshopketen/

Breuer&Intraval is een onafhankelijk onderzoeks- en adviesbureau dat zich onderscheidt door de mensgerichte aanpak en sociale betrokkenheid. Het bureau voert al meer dan 30 jaar onderzoek uit naar coffeeshops, het bijbehorende beleid en hieraan gerelateerde fenomenen. Ga voor meer informatie over Breuer&Intraval naar www.breuerintraval.nl

RAND Europe is een non-profit onderzoeksorganisatie die door middel van onderzoek en analyse helpt het beleid en de besluitvorming te verbeteren. Ga voor meer informatie over RAND Europe naar www.randeurope.org

Het **Trimbos-instituut** is hét onafhankelijke kennisinstituut voor mentale gezondheid, het gebruik van alcohol, tabak en drugs en over gamen, digitale balans en gokken. Ga voor meer informatie over het Trimbos-instituut naar www.trimbos.nl

© 2026 Breuer&Intraval, RAND Corporation en Trimbos-instituut

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door printouts, kopieën, of op welke andere manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteursrechthebbenden.

Cover: Adobe Stock

Dankwoord

De auteurs zijn de leden van de wetenschappelijke begeleidingscommissie zeer erkentelijk voor hun betrokken en deskundige begeleiding van het onderzoek, evenals voor hun waardevolle en scherpe commentaar op conceptversies van dit rapport. De commissie staat onder voorzitterschap van em. prof. dr. mr. Gerard Mols (Maastricht University) en bestaat verder uit dr. Chantal van den Berg (Nederlands Studiecentrum Criminaliteit en Rechtshandhaving en Vrije Universiteit Amsterdam), prof. dr. Dike van de Mheen (Tilburg University), prof. dr. ir. Jan Fransoo (Tilburg University), prof. dr. Ronald Knibbe (Maastricht University) en prof. dr. Jos van Ommeren (Vrije Universiteit Amsterdam).

Wij danken Olivier Hendriks (Wetenschappelijk Onderzoek- en Datacentrum) hartelijk voor de prettige samenwerking en de zorgvuldige projectbegeleiding. Daarnaast zijn wij Lars Heuts (Wetenschappelijk Onderzoek- en Datacentrum) en prof. dr. mr. Catrien Bijleveld (Nederlands Studiecentrum Criminaliteit en Rechtshandhaving en Vrije Universiteit Amsterdam) dankbaar voor hun betrokkenheid en waardevolle bijdrage in de beginfase van het onderzoek.

Onze dank gaat tevens uit naar onze collega's dr. Elle Wadsworth en dr. Christian van Stolk (RAND Europe) voor hun zorgvuldige peer review en hun opbouwende commentaar in het kader van de kwaliteitscontrole. Ook bedanken wij Scott Warnier en Fook Nederveen voor hun inzet en bijdrage aan verschillende onderdelen van het onderzoek.

Daarnaast bedanken wij Wouter Baljet, Robert Pieper, Seilina Elings, Ken Hesselink, Ilse Lautenbach, Stefanie Leuninge en Sanne de Leeuw van Breuer&Intraval voor hun belangrijke bijdrage aan het onderzoek en de dataverzameling.

Tot slot spreken wij onze dank uit aan Jessica Plumridge voor de zorgvuldige opmaak van het rapport en Anke Hoets voor de tekstredactie.

Samenvatting

In dit rapport worden de methoden, resultaten en eerste bevindingen gepresenteerd van de eerste vervolgmeting (T_1) binnen het onderzoek naar het Experiment gesloten coffeeshopketen (hierna: het experiment). Deze meting volgt op de nulmeting en heeft betrekking op de periode na de start van de experimenteerfase op 7 april 2025 tot en met het eerste kwartaal van 2026. In tien interventiegemeenten verkopen coffeeshops uitsluitend cannabis van vergunde telers, terwijl in tien vergelijkingsgemeenten het bestaande gedoogbeleid geldt.

De vervolgmeting heeft als doel om ontwikkelingen sinds de nulmeting in kaart te brengen en om na te gaan of er daarin verschillen ontstaan tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten. Daarbij wordt gekeken naar cannabisgebruik, het aanbod en de prijzen in coffeeshops, de illegale markt en ontwikkelingen in leefbaarheid, criminaliteit en volksgezondheid. Door de korte looptijd van de experimenteerfase hebben de resultaten een verkennend karakter en kunnen nog geen definitieve conclusies worden getrokken.

Het onderzoek wordt uitgevoerd door Breuer&Intraval, RAND Europe en het Trimbos-instituut in opdracht van het WODC van de ministeries van Justitie en Veiligheid (JenV) en Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS). Deze meting maakt onderdeel uit van een meerjarige evaluatie van het experiment.

Methoden

Het onderzoek heeft een quasi-experimentele opzet waarbij ontwikkelingen in tien interventiegemeenten worden vergeleken met tien vergelijkingsgemeenten. De dataverzameling vond plaats in 2025 en bestond uit meerdere onderdelen: er zijn 85 interviews gehouden met betrokken partijen, waaronder gemeenten, coffeeshophouders, telers en toezichthouders; daarnaast zijn enquêtes afgenomen onder 865 coffeeshopbezoekers en 441 omwonenden en/of omwerkenden. Verder zijn bij 143 coffeeshops bezoekersaantallen op verschillende momenten geteld en zijn menukaarten van 134 coffeeshops geanalyseerd om inzicht te krijgen in het aanbod en de prijzen van cannabisproducten. Ook is gebruikgemaakt van een doorlopende online-enquête over aankopen op de illegale markt en van politiegegevens over drugsgerelateerde incidenten en misdrijven.

De kwantitatieve gegevens zijn geanalyseerd met onder meer difference-in-differences (DiD) om ontwikkelingen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten over de tijd te vergelijken, terwijl de interviews thematisch zijn geanalyseerd om terugkerende ervaringen en knelpunten in kaart te brengen. Bij de interpretatie van de resultaten moet rekening worden gehouden met het ontbreken van

randomisatie en mogelijke verschillen tussen gemeenten.

Lokale ervaringen met de gesloten keten

De eerste ervaringen met de gesloten coffeeshopketen worden door betrokkenen over het algemeen als positief beschreven. Uit de interviews blijkt dat de introductie van de gesloten keten in verschillende gemeenten samenhangt met intensiever contact en overleg tussen gemeenten, coffeeshophouders, telers en toezichthouders. Daarnaast geven betrokkenen aan dat zij beter zicht hebben gekregen op waar cannabis wordt geproduceerd en onder welke omstandigheden, bijvoorbeeld door registraties en controles binnen de keten. Ook wordt genoemd dat processen rondom productie, transport en verkoop vaker volgens vaste procedures verlopen dan voorheen.

Tegelijkertijd signaleren betrokkenen verschillende aandachtspunten. In de beginfase van het experiment werd het aanbod van gereguleerde cannabis in sommige coffeeshops als beperkt ervaren. Dit had niet alleen betrekking op het aantal beschikbare producten, maar ook op de variatie, bijvoorbeeld het aantal verschillende soorten hasj. Coffeeshophouders geven aan dat zij hierdoor moeite hadden om hun gebruikelijke assortiment aan klanten aan te bieden. Volgens sommige betrokkenen leidde dit tot onzekerheid over klantbehoud en tot de zorg dat klanten, al dan niet tijdelijk, cannabis buiten de coffeeshop kochten. In de loop der tijd is de productie van telers beter op gang gekomen en zijn de zorgen over het beperkte aanbod verminderd.

Daarnaast wordt door betrokkenen gewezen op onduidelijkheden in regelgeving en verantwoordelijkheden. Zo geven zij aan dat regels over bijvoorbeeld verpakking, productinformatie, *edibles* (eetbare cannabisproducten) en reclame (affichering) niet altijd precies voorschrijven wat wel en niet is toegestaan. Hierdoor moeten partijen zelf invulling geven aan deze regels, wat kan leiden tot verschillende werkwijzen tussen gemeenten en coffeeshops. Ook is niet altijd duidelijk welke instantie verantwoordelijk is voor toezicht of handhaving in specifieke situaties. Betrokkenen geven aan dat meer eenduidige regels en afspraken dit zouden kunnen verminderen.

Het track-and-tracesysteem wordt door betrokkenen gezien als een belangrijk onderdeel van de gesloten keten, omdat hiermee producten van teelt tot verkoop gevolgd kunnen worden. In de praktijk betekent dit dat telers, vervoerders en coffeeshops gegevens moeten registreren over bijvoorbeeld productie, transport en verkoop. Tegelijkertijd geven betrokkenen aan dat dit systeem, vooral in de beginfase, als ingewikkeld en tijdrovend werd ervaren. Dit komt onder andere doordat het systeem storingsgevoelig kan zijn en omdat het niet altijd goed aansluit op bestaande kassasystemen en administraties. Uit het onderzoek blijkt dat het hier voornamelijk om aanloopproblemen gaat, waarvan meerdere inmiddels lijken te zijn opgelost.

Met betrekking tot volksgezondheid noemen betrokkenen in zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten, aandachtspunten rond producten met een hoog THC-gehalte, zoals *edibles*, vapes en concentraten. Zij geven aan dat het voor gebruikers, ondanks de productinformatie, niet altijd duidelijk is hoe sterk deze producten zijn en wat een geschikte dosering is. Op basis van de beschikbare gegevens zijn er op dit moment geen duidelijke aanwijzingen dat het aantal gezondheidsincidenten is toegenomen. Betrokkenen geven bovendien aan dat er vanuit het perspectief van preventie van cannabisgebruik behoefte bestaat aan duidelijkere landelijke richtlijnen, bijvoorbeeld

over maximale sterkte en informatie op verpakkingen.

Tot slot komt uit de interviews naar voren dat bij verschillende partijen onzekerheid bestaat over de duur van het experiment en wat er daarna zal gebeuren (bijvoorbeeld voortzetting, uitbreiding of beëindiging). Betrokkenen geven aan dat deze onzekerheid invloed kan hebben op hun bereidheid om te investeren, bijvoorbeeld in productiefaciliteiten, personeel of verdere samenwerking binnen de keten.

Het aanbod in de coffeeshops

De resultaten wijzen erop dat het aanbod van cannabisproducten in interventiegemeenten sinds de nulmeting is toegenomen. Deze toename heeft met name betrekking op de variatie in producten die coffeeshops aanbieden. Dit betekent dat er in interventiegemeenten meer verschillende soorten wiet, hasj en joints op de menukaarten voorkomen dan voorheen. In vergelijking met de vergelijkingsgemeenten lijkt deze toename in productdiversiteit sterker te zijn.

Wat betreft prijsontwikkelingen laten de gegevens zien dat de gemiddelde prijs van wiet in interventiegemeenten tussen de nulmeting en deze meting sterker is gedaald dan in de vergelijkingsgemeenten. Dit geldt onder andere voor nederwiet. Tegelijkertijd is de gemiddelde prijs van hasj in interventiegemeenten juist gestegen, terwijl deze ontwikkeling in vergelijkingsgemeenten minder sterk of anders verloopt. De prijs van joints (met en zonder tabak) laat in beide groepen een lichte stijging zien.

Daarnaast is het aandeel coffeeshops dat alternatieve cannabisproducten verkoopt toegenomen, met name in interventiegemeenten. Het gaat hierbij om producten zoals edibles, vapes en concentraten. Waar bij de nulmeting nog niet alle coffeeshops deze producten aanboden, is dit bij de vervolgmeting bij een groot deel van de coffeeshops in interventiegemeenten wel het geval. Deze ontwikkeling wijst op een uitbreiding van het assortiment. Op basis van de huidige gegevens is nog niet vast te stellen in hoeverre deze uitbreiding blijvend is en welke gevolgen dit op langere termijn heeft voor gebruikspatronen en de positie van coffeeshops.

Kenmerken, koopgedrag en gebruik van coffeeshopbezoekers

Op basis van de beschikbare gegevens zijn er geen aanwijzingen voor veranderingen in het aantal bezoekers van coffeeshops of de frequentie waarmee bezoekers coffeeshops bezoeken. Het aandeel bezoekers dat bijvoorbeeld wekelijks of vaker een coffeeshop bezoekt, is tussen de nulmeting en deze meting niet significant veranderd in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten.

De belangrijkste redenen om een coffeeshop te bezoeken zijn grotendeels gelijk gebleven. Bezoekers noemen nog steeds vooral de locatie van de coffeeshop (bijvoorbeeld nabijheid of bereikbaarheid), de sfeer en het personeel en de kwaliteit van de verkochte cannabis als belangrijkste motieven. Wel blijkt uit de gegevens dat in interventiegemeenten een groter deel van de bezoekers het belang van sfeer en klantvriendelijkheid noemt dan bij de nulmeting. Tegelijkertijd noemt een kleiner deel van de bezoekers de kwaliteit van wiet of hasj als belangrijkste reden om een coffeeshop te bezoeken. Op basis van de gegevens is niet vast te stellen wat deze verschuiving precies betekent, bijvoorbeeld of die samenhangt met veranderingen in het aanbod of met andere factoren.

Daarnaast zijn er aanwijzingen dat bezoekers in interventiegemeenten gemiddeld grotere hoeveelheden wiet per aankoop (per transactie) kopen dan bij de nulmeting. Dit betekent

dat per bezoek meer grammen wiet worden aangeschaft. Ook beoordelen bezoekers in interventiegemeenten de verhouding tussen prijs en kwaliteit van wiet positiever dan voorheen. Voor hasj zijn vergelijkbare veranderingen niet duidelijk zichtbaar in de gegevens.

Er zijn geen verschillen in gebruikspatronen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten, behalve een sterkere toename van het aandeel bezoekers dat in de afgelopen 30 dagen alleen of meestal wiet gebruikte in de interventiegemeenten. Ook zijn er geen significante veranderingen gevonden in hoe bezoekers hun eigen gezondheid beoordelen of in het aandeel bezoekers dat op basis van de *Cannabis Abuse Screening Test* of CASTscore een verhoogd risico op problematisch cannabisgebruik heeft. Dit betekent dat op deze punten geen duidelijke effecten van het experiment kunnen worden vastgesteld. Wel kan worden gesteld dat, ondanks dat bezoekers in de interventiegemeenten per bezoek meer grammen wiet aanschaffen, de gebruiksfrequentie niet is toegenomen.

Leefbaarheid rond coffeeshops

Omwonenden en/of omwerkenden beoordelen de leefbaarheid in de omgeving van coffeeshops over het algemeen positief. De gemiddelde beoordeling van de leefomgeving ligt rond de 7,6 tot 7,8 en is daarmee vergelijkbaar met landelijke gemiddelden.

Een deel van de respondenten geeft aan dat in de afgelopen zes maanden situaties zijn voorgekomen die mogelijk overlast kunnen veroorzaken, zoals rondhangende personen, verkeersdrukte of geluidsoverlast. Dit wordt in interventiegemeenten iets vaker gerapporteerd dan in vergelijkingsgemeenten. Van de respondenten die dergelijke situaties signaleren, geeft een meerderheid aan ook zelf daadwerkelijk overlast te ervaren. Deze overlast wordt het vaakst toegeschreven aan rondhangende personen.

Het aandeel respondenten dat melding of aangifte heeft gedaan van overlast door drugs- of alcoholgerelateerde situaties is relatief beperkt. De ervaren veiligheid in de buurt wordt gemiddeld positief beoordeeld en ligt rond een rapportcijfer van 7. Deze beoordeling is vergelijkbaar met die in de nulmeting.

Het aandeel respondenten dat aangeeft slachtoffer te zijn geweest van een misdrijf in de buurt, is in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten toegenomen tot ongeveer één op de vijf. Dit percentage ligt in dezelfde orde van grootte als landelijke cijfers. Op basis van de beschikbare gegevens kan niet worden vastgesteld in hoeverre deze ontwikkeling samenhangt met het experiment.

De illegale markt

De resultaten laten zien dat de illegale cannabismarkt nog steeds een rol speelt naast de verkoop via coffeeshops. Respondenten die cannabis buiten de coffeeshop kopen, noemen als belangrijkste redenen de lagere prijs en een gunstige prijs-kwaliteitverhouding. Ook wordt genoemd dat buiten de coffeeshop vaak grotere hoeveelheden per aankoop kunnen worden aangeschaft.

Er zijn beperkte veranderingen zichtbaar in de motieven om illegale cannabis te kopen. In interventiegemeenten wordt prijs iets minder vaak genoemd als belangrijkste reden dan bij de nulmeting, maar dit verschil is niet statistisch significant en kan daarom niet met zekerheid aan het experiment worden toegeschreven.

De manier waarop cannabis buiten de coffeeshop wordt gekocht is grotendeels hetzelfde gebleven. Het merendeel van de aankopen verloopt via bezorgdiensten of via dealers die bereikbaar zijn via mobiele

telefoons en berichtenapps. Aankopen via vrienden komen minder vaak voor dan bij de nulmeting.

Respondenten beoordelen illegaal gekochte cannabis over het algemeen positief, bijvoorbeeld wat betreft prijs-kwaliteitverhouding, effect en geur of smaak. Deze beoordelingen zijn vergelijkbaar met die bij de nulmeting.

Een verschil dat wel zichtbaar is, is de hoeveelheid hasj die per aankoop buiten de coffeeshop wordt gekocht. In interventiegemeenten is de gemiddelde hoeveelheid hasj per illegale transactie toegenomen, terwijl deze in vergelijkingsgemeenten is afgenomen. Dit zou kunnen samenhangen met de beschikbaarheid van gereguleerde hasj in de beginfase van het experiment, maar op basis van de gegevens kan dit niet met zekerheid worden vastgesteld.

De prijsontwikkelingen op de illegale markt laten geen eenduidig patroon zien. De prijs van wiet is licht gedaald, terwijl de prijs van hasj weinig verandert of licht stijgt. Verschillen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten zijn niet statistisch significant, waardoor geen duidelijk effect van het experiment kan worden vastgesteld.

Resumerend

Deze eerste vervolgmeting geeft een overzicht van de ontwikkelingen sinds de start van de experimenteerfase van de gesloten coffeeshopketen. De resultaten laten zien dat er op enkele punten veranderingen zijn opgetreden, zoals een toename in de variatie van het aanbod in coffeeshops en een positievere beoordeling van de prijs-kwaliteitverhouding van wiet in interventiegemeenten. Daarnaast beschrijven betrokkenen de werking van de gesloten keten in algemene zin als positief.

Tegelijkertijd komen uit het onderzoek verschillende aandachtspunten naar voren. Deze betreffen onder andere de (tijdelijke) beperkingen in het aanbod in de opstartfase, onduidelijkheden in regelgeving en de rol die de illegale markt blijft spelen als alternatief voor consumenten.

Voor een groot aantal onderzochte onderwerpen, zoals bezoekgedrag, cannabisgebruik, gezondheid, leefbaarheid en veiligheid, zijn geen duidelijke verschillen gevonden tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten. Dit betekent dat op basis van deze meting geen eenduidige effecten van het experiment op deze aspecten kunnen worden vastgesteld.

De resultaten van deze vervolgmeting moeten daarom worden beschouwd als een eerste momentopname. Verdere metingen zijn nodig om te kunnen vaststellen of de waargenomen ontwikkelingen aanhouden, versterken of veranderen, en om op langere termijn uitspraken te kunnen doen over de effecten en mogelijke beleidsimplicaties van de gesloten coffeeshopketen.

Summary

In this report, we discuss the methods, results and first findings of the first follow-up measurement (T_1) for the study on the Controlled Cannabis Supply Chain Experiment (hereafter: the experiment). This follow-up measurement builds on the baseline measurement and covers the period after the start of the experimental phase on 7 April 2025, through the first quarter of 2026. In ten so-called intervention municipalities, coffeeshops exclusively sell cannabis supplied by regulated cannabis growers, whereas in ten comparison municipalities the existing toleration policy remains in place.

The aim of this follow-up measurement is to map developments since the baseline and to examine whether differences are emerging between the intervention and comparison municipalities. The study focuses on cannabis use, the supply and prices in coffeeshops, the illicit cannabis market, and developments in public health, crime, safety and quality of life. Given the relatively short duration of the experimental phase, the findings presented here are exploratory in nature and no definitive conclusions can yet be drawn.

The study is conducted by Breuer&Intraval, RAND Europe and the Trimbos Institute, commissioned by the Research and Data Centre (WODC) on behalf of the Dutch Ministries of Justice and Security, and Health, Welfare and Sport. This follow-up measurement is part of a multi-year evaluation of the experiment.

Research methods

The study applies a quasi-experimental evaluation design in which developments in ten intervention municipalities are compared with those in ten comparison municipalities over time. Data collection for this measurement took place in 2025 and consisted of multiple components.

A total of 85 interviews were conducted with stakeholders, including municipalities, coffeeshop owners, regulated growers and supervisory authorities. In addition, surveys were conducted among 865 coffeeshop visitors and 441 people who live and/or work in the vicinity of coffeeshops. Visitor counts were carried out at 143 coffeeshops at various times, and menus from 134 coffeeshops were analysed to examine the supply and prices of cannabis products.

Furthermore, data were collected through a continuous online survey among individuals purchasing cannabis on the illicit market. Police data on drug-related incidents and crimes were also analysed.

Quantitative data were analysed using, among other methods, difference-in-differences analyses to compare developments between intervention and comparison municipalities

over time. Qualitative interview data were analysed thematically to identify recurring experiences, perceptions and bottlenecks. As the study does not involve randomised assignment, potential differences between municipalities should be taken into account when interpreting the results.

Experiences with the controlled supply chain

Stakeholders generally report positive initial experiences with the controlled cannabis supply chain. The introduction of the controlled supply chain is associated with increased contact and cooperation between municipalities, coffeeshop owners, growers and supervisory bodies. Stakeholders indicate that they now have greater insight into where cannabis is produced and under what conditions, partly due to registration and monitoring within the chain. Processes related to production, transport and sale are also reported to follow more standardised procedures than before.

At the same time, several challenges are identified. In the initial phase of the experiment, the supply of regulated cannabis was perceived as limited in some coffeeshops, both in terms of quantity and product diversity. This included, for example, a limited number of hash varieties. Coffeeshop owners reported difficulties in maintaining their usual assortment, which raised concerns about customer retention and the potential for customers to (temporarily) turn to the illicit market. According to some stakeholders, this led to uncertainty about customer retention and to concerns that customers might, whether temporarily or otherwise, purchase cannabis outside coffeeshops. Over time, however, the availability of products from growers improved, and concerns about the limited supply have diminished.

Stakeholders also report ambiguities in regulations and responsibilities. Rules regarding packaging, product information, edibles and advertising do not always clearly specify what is permitted, leading to variation in implementation across municipalities and coffeeshops. In some cases, it is unclear which authority is responsible for supervision or enforcement. More uniform rules and clearer agreements are considered necessary.

The track and trace system is regarded as a key element of the controlled supply chain, as it enables monitoring of products from cultivation to sale. However, particularly in the early phase, the system was experienced as complex and time-consuming, partly due to technical issues and limited compatibility with existing systems. The study indicates that these are primarily startup issues, several of which now appear to have been resolved.

With regard to public health, stakeholders in both the intervention and comparison municipalities point to concerns related to products with high THC content, such as edibles (cannabis-infused food products), vapes, and concentrates. They indicate that, despite the available product information, it is not always clear to users how strong these products are and what an appropriate dosage would be. Based on the available data, there are currently no clear indications that the number of health incidents has increased. Stakeholders also note that, from a cannabis-use prevention perspective, there is a need for clearer national guidelines, for example regarding maximum potency and information on packaging.

Finally, uncertainty about the duration of the experiment and its future (e.g. continuation or termination) is reported as a factor that may affect stakeholders' willingness to invest.

The supply in the coffeeshops

The results indicate that the diversity of cannabis products offered in coffeeshops in intervention municipalities has increased since the baseline measurement. This increase mainly concerns the number of different types of weed, hash and joints available. Compared with comparison municipalities, this increase in product diversity appears more pronounced.

In terms of pricing, the average price of weed has decreased more strongly in intervention municipalities than in comparison municipalities. This includes domestically produced cannabis (nederwiet). By contrast, the average price of hash has increased in intervention municipalities, while developments in comparison municipalities differ or are less pronounced. Prices of joints have increased slightly in both groups.

The proportion of coffeeshops offering alternative cannabis products, such as edibles, vapes and concentrates, has also increased, particularly in intervention municipalities. This indicates an expansion of the available product range. It is not yet clear whether these changes will persist over time or how they may affect consumption patterns.

Characteristics, buying behaviour and cannabis use

No significant changes are observed in the number of coffeeshop visitors or the frequency of visits. The proportion of visitors who visit a coffeeshop weekly or more often remains stable in both intervention and comparison municipalities.

The main reasons for visiting a coffeeshop remain largely unchanged and include location, atmosphere and staff, and the quality of the cannabis. However, in intervention municipalities, a larger proportion of visitors now mention atmosphere and customer friendliness, while a smaller proportion cite product quality as the primary reason. The meaning of this shift remains unclear.

There are indications that visitors in intervention municipalities purchase larger quantities of weed per transaction than at baseline. They also report a more positive assessment of the price-to-quality ratio of weed. Comparable changes are not clearly observed for hash.

There are no differences in usage patterns between intervention and comparison municipalities, except for a stronger increase in the proportion of visitors in the intervention municipalities who reported using only or predominantly cannabis in the past 30 days. Nor were any significant changes found in how visitors assess their own health or in the proportion of visitors who, based on the Cannabis Abuse Screening Test (CAST) score, are at increased risk of problematic cannabis use. This means that no clear effects of the experiment can be established on these points. It should, however, be noted that although visitors in the intervention municipalities purchase more grams of cannabis per visit, the frequency of use has not increased.

Quality of life near the coffeeshops

People living and working near coffeeshops generally report positive levels of quality of life. Average ratings range between 7.6 and 7.8, which is comparable to national figures.

A proportion of respondents report incidents in the past six months that could cause nuisance, such as loitering, traffic congestion or noise. These are slightly more frequently reported in intervention municipalities. Among those who report such incidents, a majority indicate that they have experienced nuisance themselves, most often related to loitering.

Reports or complaints regarding nuisance related to alcohol or drugs remain relatively limited. Perceived safety in the neighbourhood is rated positively, with an average score of around 7, similar to the baseline measurement.

The proportion of respondents reporting victimisation has increased to approximately one in five in both groups. This is in line with national figures, and it cannot be determined whether this development is related to the experiment.

The illicit market

The illicit cannabis market continues to play a role alongside coffeeshops. The main reasons for purchasing cannabis outside coffeeshops are lower prices, favourable value for money and the possibility of purchasing larger quantities.

No major changes are observed in purchasing motives. In intervention municipalities, price is mentioned slightly less often as the main reason, although this difference is not statistically significant.

Purchasing methods remain largely unchanged. Most transactions occur via delivery services or mobile phone dealers, while purchases through friends have become less common.

Illegally purchased cannabis is generally rated positively in terms of price-to-quality ratio, effects and smell or taste, similar to the baseline measurement.

One notable change concerns the quantity of hash purchased per transaction outside the coffeeshop. In intervention municipalities, this quantity has increased, while it has decreased in comparison municipalities. This may be related to the availability of regulated hash in the initial phase, although this cannot be established with certainty.

Price developments in the illicit market do not show a consistent pattern. The price of weed has slightly decreased, while the price of hash has remained stable or increased slightly. Differences between intervention and comparison municipalities are not statistically significant.

In sum

This first follow-up measurement provides an overview of developments since the start of the experimental phase of the Controlled Cannabis Supply Chain Experiment. Some changes are observed, including an increase in the diversity of cannabis products available in coffeeshops and a more positive assessment of the price-to-quality ratio of weed in intervention municipalities. Stakeholders generally describe the functioning of the controlled supply chain as positive.

At the same time, several challenges are identified, including temporary limitations in supply during the initial phase, ambiguities in regulations, and the continued role of the illicit market as an alternative for consumers.

For many outcomes, such as visiting patterns, cannabis use, public health, safety and quality of life, no clear differences are found between intervention and comparison municipalities. As such, no definitive effects of the experiment can yet be established for these aspects.

This follow-up measurement should therefore be considered a first indication of developments. Further measurements are needed to assess whether observed trends persist or change over time, and to draw conclusions about the longer-term effects and policy implications of the experiment.

Inhoudsopgave

Dankwoord **i**

Samenvatting **ii**

Summary **vii**

Figuren **xiii**

Tabellen **xviii**

1. Inleiding **1**
1.1 Het Nederlandse drugs- en coffeeshopbeleid *1*
1.2 Het Experiment gesloten coffeeshopketen *2*
1.3 Begeleidend onderzoek *7*
1.4 Het voorliggende rapport *8*
1.5 Probleemstelling en onderzoeksvragen *8*
1.6 Leeswijzer *11*

2. Methoden **12**
2.1 Quasi-experimenteel onderzoeksontwerp *13*
2.2 Karakteristieken van de onderzoeksgemeenten *14*
2.3 Interviews met betrokkenen *17*
2.4 Tellingen coffeeshopbezoekers *20*
2.5 Enquête onder coffeeshopbezoekers *21*
2.6 Menukaartanalyse *24*
2.7 Enquête onder omwonenden en/of omwerkenden *25*
2.8 Online-enquête over de illegale markt *28*
2.9 Analyse van gegevens uit politieregistratiegegevens *32*
2.10 Analysetechnieken *32*
2.11 Methodologische beperkingen *34*

3. Lokale ervaringen met de gesloten keten **36**
3.1 Ervaringen van gemeentelijke stakeholders *38*
3.2 Ervaringen van telers en vervoerders *41*
3.3 Ervaringen van coffeeshops *44*
3.4 Ervaringen met toezicht *49*

4. Aanbod van coffeeshops 53
4.1 Aanbod cannabis interventie- en vergelijkingsgemeenten 54
4.2 Wiet 57
4.3 Hasj 60
4.4 Joints met tabak 63
4.5 Joints zonder tabak 64
4.6 Overige cannabisproducten 67

5. Coffeeshops en bezoekers 69
5.1 Tellingen coffeeshopbezoek 71
5.2 De coffeeshopbezoekers 74
5.3 Coffeeshopbezoek en aankoopgedrag 75
5.4 Veranderingen koopgedrag 100
5.5 Gebruikspatronen 102
5.6 Gebruikswijzen 104
5.7 Gebruiksmotieven: recreatief en/of medicinaal 106
5.8 Gebruik van andere middelen 107
5.9 Riskant gebruik 110
5.10 Coffeeshopbezoekers en de illegale markt 113

6. Leefbaarheid rondom coffeeshops 115
6.1 Leefbaarheid 116
6.2 Overlast 117
6.3 Meldingen en aangiftes 124
6.4 Veiligheid 127
6.5 Politieregistratiegegevens 130

7. Illegale markt 135
7.1 Redenen voor aankopen van cannabis buiten de coffeeshop 136
7.2 Aankoopbronnen 139
7.3 Kenmerken en tevredenheid 141
7.4 Aankoophoeveelheid 145
7.5 Prijs van cannabis buiten de coffeeshop 148

8. Tussentijdse conclusies 151
8.1 Lokale situatie en ervaringen met de gesloten coffeeshopketen 151
8.2 Aanbod in de coffeeshops 153
8.3 Klanten van coffeeshops en hun cannabisgebruik 154
8.4 Overlast en criminaliteit 156
8.5 Illegale markt 157
8.6 Volksgezondheid 158
8.7 Ten slotte 159

Referenties 162

Bijlage I: samenstelling van de begeleidingscommissie 165

Bijlage II: Opgenomen incidenten uit BVH in analyse 166

Figuren

Figuur 2.1	Tijdlijn van de uitvoering van de dataverzameling (DV) voor de eerste vervolgmeting	13
Figuur 2.2	Schematische weergave quasi-experimenteel onderzoeksdesign	14
Figuur 2.3	Interventie- en vergelijkingsgemeenten tijdens de eerste vervolgmeting	18
Figuur 2.4	Maandelijkse respons gedurende de periode van de nulmeting T_0 en de eerste vervolgmeting T_1	31
Figuur 3.1	Tijdlijn interviews onderzoek EGC	38
Figuur 4.1	Aantal unieke productnamen voor wiet per coffeeshopmenu in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten voor T_0 en T_1	58
Figuur 4.2	Gemiddelde prijs per gram voor wietproducten in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten voor T_0 en T_1	58
Figuur 4.3	Aantal unieke productnamen voor hasj per coffeeshopmenu in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten voor T_0 en T_1	61
Figuur 4.4	Gemiddelde prijs per gram voor hasjproducten in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten voor T_0 en T_1	62
Figuur 4.5	Aantal unieke productnamen voor joints met tabak per coffeeshop in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten voor T_0 en T_1	63
Figuur 4.6	Prijs per joint met tabak in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten voor T_0 en T_1	64
Figuur 4.7	Aantal unieke productnamen voor joints zonder tabak per coffeeshop in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten voor T_0 en T_1	65
Figuur 4.8	Prijs per joint zonder tabak in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1	66
Figuur 5.1	Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 en T_1, per dagtype, met 95% betrouwbaarheidsmarge	71
Figuur 5.2	Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1, per dagtype, met 95% betrouwbaarheidsmarge	72

Figuur 5.3 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 en T_1, per dagdeel, met 95% betrouwbaarheidsmarges 73

Figuur 5.4 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1, per dagdeel, met 95% betrouwbaarheidsmarges 73

Figuur 5.5 Algemeen koopgedrag van respondenten in de interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen zojuist in de coffeeshop en meestal in de coffeeshop voor wiet, hasj en beide 77

Figuur 5.6 Algemeen koopgedrag van de respondenten in de vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen zojuist in de coffeeshop en meestal in de coffeeshop voor wiet, hasj en beide 77

Figuur 5.7 Frequentie van aankopen voor wiet van respondenten in interventiegemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 78

Figuur 5.8 Frequentie van aankopen voor wiet van respondenten vergelijkingsgemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 79

Figuur 5.9 Frequentie van aankopen voor hasj van respondenten in interventiegemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 79

Figuur 5.10 Frequentie van aankopen voor hasj van respondenten vergelijkingsgemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 79

Figuur 5.11 Plaatsen van aankopen voor wiet van respondenten in interventiegemeententen in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 81

Figuur 5.12 Plaatsen van aankopen voor wiet van respondenten vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 81

Figuur 5.13 Plaatsen van aankopen voor hasj van respondenten in interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 82

Figuur 5.14 Plaatsen van aankopen voor hasj van respondenten in vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 82

Figuur 5.15 Tevredenheid van de respondenten in de interventiegemeenten over de cannabis afkomstig van de coffeeshop op T_0 en T_1 87

Figuur 5.16 Tevredenheid van de respondenten in de vergelijkingsgemeenten over de cannabis afkomstig van de coffeeshop op T_0 en T_1 87

Figuur 5.17 Mening van respondenten in de interventiegemeenten over de effecten van cannabis, voor wietaankopen op T_0 en T_1 89

Figuur 5.18 Mening van respondenten in de vergelijkingsgemeenten over de effecten van cannabis, voor wietaankopen op T_0 en T_1 90

Figuur 5.19 Mening van respondenten in de interventiegemeenten over de effecten van cannabis, voor hasjaankopen op T_0 en T_1 90

Figuur 5.20 Mening van respondenten in de vergelijkingsgemeenten over de effecten van cannabis, voor hasjaankopen op T_0 en T_1 91

Figuur 5.21 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van wiet in de interventiegemeenten, op T_0 en T_1 91

Figuur 5.22 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van wiet in vergelijkingsgemeenten, op T_0 en T_1 92

Figuur 5.23 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van hasj in de interventiegemeenten, op T_0 en T_1 92

Figuur 5.24 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van hasj in vergelijkingsgemeenten, op T_0 en T_1 92

Figuur 5.25 Frequentie van aankopen van wiet door respondenten in interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen in andere coffeeshops, maar in dezelfde gemeente, op T_0 en T_1 97

Figuur 5.26 Frequentie van aankopen van hasj door respondenten in interventiegemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 97

Figuur 5.27 Frequentie van aankopen van wiet door respondenten in vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen in andere coffeeshops, maar in dezelfde gemeente, op T_0 en T_1 98

Figuur 5.28 Frequentie van aankopen van hasj door respondenten in vergelijkingsgemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 en T_1 98

Figuur 5.29 Frequentie van cannabisgebruik in de afgelopen 30 dagen onder respondenten in de interventiegemeenten T_0 en T_1 102

Figuur 5.30 Frequentie van cannabisgebruik in de afgelopen 30 dagen onder respondenten in de vergelijkingsgemeenten T_0 en T_1 103

Figuur 5.31 Gebruik per soort cannabis in de interventiegemeenten op T_0 en T_1 in de afgelopen 30 dagen 103

Figuur 5.32 Gebruik per soort cannabis in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 in de afgelopen 30 dagen 104

Figuur 5.33 Perceptie eigen gezondheid respondent in de interventiegemeenten op T_0 en T_1 110

Figuur 5.34 Perceptie eigen gezondheid respondent in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 110

Figuur 5.35 Percentage respondenten in de interventiegemeenten naar categorieën van CAST-scores op T_0 en T_1 111

Figuur 5.36 Percentage respondenten in de vergelijkingsgemeenten naar categorieën van CAST scores op T_0 en T_1 111

Figuur 6.1. Tevredenheid van omwonenden en/of omwerkenden in interventiegemeenten over het wonen en/of werken in de buurt T_0 en T_1, in procenten 117

Figuur 6.2. Tevredenheid van omwonenden en/of omwerkenden in vergelijkingsgemeenten over het wonen en/of werken in de buurt T_0 en T_1, in procenten 117

Figuur 6.3. Mate waarin respondenten in interventiegemeenten tevreden waren over activiteiten van politie en gemeenten tegen overlast T_0 en T_1, in procenten 126

Figuur 6.4. Mate waarin respondenten in vergelijkingsgemeenten tevreden waren over activiteiten van politie en gemeenten tegen overlast T_0 en T_1, in procenten 126

Figuur 6.5 Totaal aantal incidenten in BVH, interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025 131

Figuur 6.6 Totaal aantal incidenten in BVH, aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025 131

Figuur 6.7 Aantal drugsgerelateerde incidenten in BVH, interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025 132

Figuur 6.8 Aantal drugsgerelateerde incidenten in BVH, aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025 132

Figuur 6.9 Aantal incidenten in BVH geregistreerd onder MK 'Handel e.d. softdrugs (Lijst II)', interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025 133

Figuur 6.10 Aantal incidenten in BVH geregistreerd onder MK 'Handel e.d. softdrugs (Lijst II)', aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025 134

Figuur 7.1 Redenen voor aankoop buiten de coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 en T_1 137

Figuur 7.2 Redenen voor aankoop buiten de coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 138

Figuur 7.3 Aankoopbronnen buiten de coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 en T_1 140

Figuur 7.4 Aankoopbronnen buiten de coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 140

Figuur 7.5 Gepercipieerd belang van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in interventiegemeenten op T_0 en T_1 142

Figuur 7.6 Gepercipieerd belang van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 142

Figuur 7.7 Tevredenheid van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in de interventiegemeenten op T_0 en T_1 144

Figuur 7.8 Tevredenheid van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 144

Figuur 7.9 Verdeling van de waarnemingen naar gewichtscategorie in de interventiegemeenten op T_0 en T_1 146

Figuur 7.10 Verdeling van de waarnemingen naar gewichtscategorie in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 146

Figuur 7.11 Difference-in-differences-analyse van aangekochte hoeveelheid in grammen bij laatste wiet- (A) en hasj-aankoop (B) (onder 20 gram) in onderzoekgemeenten 147

Figuur 7.12 Difference-in-differences-analyse van gemiddelde prijs per gram van gekochte wiet en hasj bij laatste wiet- (A) en hasj-aankoop (B) (onder 20 gram) in onderzoekgemeenten 150

Tabellen

Tabel 2.1	Deelnemende interventiegemeenten (eerste vervolgmeting)	15
Tabel 2.2	Deelnemende vergelijkingsgemeenten (eerste vervolgmeting)	16
Tabel 2.3a	Aantal coffeeshoptellingen per dag type, per onderzoeksgroep en totaal	21
Tabel 2.3b	Aantal coffeeshoptellingen per dagdeel, per onderzoeksgroep en totaal	21
Tabel 2.4	Afgenomen enquêtes per dag en moment op de dag	22
Tabel 2.5	De gemeenten en het aantal coffeeshops waarin de enquêtes werden afgenomen, het aantal afgenomen enquêtes en het aantal respondenten woonachtig in de gemeente van afname	23
Tabel 2.6	Aantal afgenomen enquêtes omwonenden/omwerkenden per gemeente	26
Tabel 2.7	Geslacht deelnemers enquêtes omwonenden en/of omwerkenden	27
Tabel 2.8	Type respondenten enquêtes omwonenden en/of omwerkenden, meerdere antwoorden mogelijk	27
Tabel 2.9	Overzicht van de resultaten van de werving via sociale media voor de nulmeting T_0 en de eerste vervolgmeting T_1	29
Tabel 2.10	Demografische eigenschappen van de doelgroepen die de advertentie hebben aangeklikt voor de nulmeting T_0 en de eerste vervolgmeting T_1	30
Tabel 2.11	Respons per onderzoeksgemeente voor de nulmeting en de eerste vervolgmeting	31
Tabel 2.12	Difference-in-differencesberekening gebruikt in de analyses voor dit rapport	33
Tabel 4.1	Aanbod en prijs van subklassen van cannabis in de interventiegemeenten	54
Tabel 4.2	Aanbod en prijs van subklassen van cannabis in de vergelijkingsgemeenten	56
Tabel 4.3	Prijs per gram van de meest verkochte wiet (MVW), sterkste wiet (SW) en meest verkochte milde wiet (MVM) in interventie- en vergelijkingsgemeenten	59
Tabel 4.4	Prijs per gram van de meest verkochte hasj (MVH) in interventie- en vergelijkingsgemeenten	62
Tabel 5.1	Hoofdactiviteit overdag en opleidingsniveau van de respondenten op T_0 en T_1	75

Tabel 5.2	Aankoop van coffeeshopbezoekers vóór bevraging en gestelde vervolgvragen op T_0 en T_1	76
Tabel 5.3	Belangrijkste redenen dat respondenten in de interventiegemeenten wiet en hasj op T_0 en T_1 kochten in de zojuist bezochte coffeeshop	83
Tabel 5.4	Redenen dat respondenten in de vergelijkingsgemeenten wiet en hasj op T_0 en T_1 kochten in de zojuist bezochte coffeeshop	84
Tabel 5.5	Zojuist uitgegeven bedrag in euro's en gram wiet en hasj gekocht in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1	86
Tabel 5.6	Gecategoriseerde toelichtingen op tevredenheid van respondenten in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1	88
Tabel 5.7	Gecategoriseerde toelichtingen op ontevredenheid van respondenten in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1	89
Tabel 5.8	Belangrijkste redenen in interventiegemeenten voor 'onvoldoende keuze in de zojuist bezochte coffeeshop', voor wiet- en hasjaankopen op T_0 en T_1	93
Tabel 5.9	Belangrijkste redenen in vergelijkingsgemeenten voor 'onvoldoende keuze in de zojuist bezochte coffeeshop', voor wiet- en hasjaankopen op T_0 en T_1	94
Tabel 5.10	Aantal respondenten in interventie- en vergelijkingsgemeenten dat aangaf dat er voldoende of onvoldoende keuze was in andere cannabisproducten, of dat zij deze bijna nooit kochten op T_0 en T_1	95
Tabel 5.11	Andere cannabisproducten die volgens respondenten in interventie- en vergelijkingsgemeenten ontbraken in het huidige aanbod in de zojuist bezochte coffeeshop	96
Tabel 5.12	Redenen dat respondenten die wiet kochten in de afgelopen 30 dagen, ook een andere coffeeshop in dezelfde gemeente hebben bezocht	99
Tabel 5.13	Redenen dat respondenten die hasj kochten in de afgelopen 30 dagen, ook een andere coffeeshop in dezelfde gemeente hadden bezocht	100
Tabel 5.14	Verandering in koopgedrag door invoering van het gereguleerde aanbod in interventie- en vergelijkingsgemeenten	101
Tabel 5.15	Gebruikswijzen cannabis in interventiegemeenten op T_0 en T_1 in de afgelopen 30 dagen	104
Tabel 5.16	Gebruikswijzen cannabis in vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 in de afgelopen 30 dagen	105
Tabel 5.17	Gemiddeld aantal joints per gebruiksdag in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1	105
Tabel 5.18	Gebruiksmotieven (recreatief en/of medicinaal) cannabis in de afgelopen 30 dagen voor interventiegemeenten op T_0 en T_1	106
Tabel 5.19	Gebruiksmotieven (recreatief en/of medicinaal) cannabis in de afgelopen 30 dagen voor vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1	107

Tabel 5.20 Gebruik van andere middelen dan cannabis in de interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen op T_0 en T_1 108

Tabel 5.21 Gebruik van andere middelen dan cannabis in de vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen op T_0 en T_1 109

Tabel 5.22 Aantal dagen cannabis gebruikt in de afgelopen 30 dagen naar CAST-score in interventiegemeenten op T_0 en T_1 112

Tabel 5.23 Aantal dagen cannabis gebruikt in de afgelopen 30 dagen naar CAST-score in vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 112

Tabel 6.1 Aantal unieke respondenten in interventiegemeenten dat aangaf dat overlastvorm voorkomt, de frequentie waarmee dit het geval zou zijn en de mate waarin de potentiële overlast aan de coffeeshop gerelateerd werd 118

Tabel 6.2 Aantal unieke respondenten in vergelijkingsgemeenten dat aangaf dat overlastvorm voorkwam, de frequentie waarmee dit het geval zou zijn en de mate waarin de potentiële overlast aan de coffeeshop gerelateerd werd 120

Tabel 6.3 Aantal unieke respondenten in interventiegemeenten dat daadwerkelijk overlast ervoer, de frequentie waarmee dit het geval was en of respondenten de overlast relateerden aan de coffeeshop 122

Tabel 6.4 Aantal unieke respondenten in vergelijkingsgemeenten dat daadwerkelijk overlast ervoer, de frequentie waarmee dit het geval was en of respondenten de overlast relateerden aan de coffeeshop, in absolute aantallen 123

Tabel 6.5 De frequentie waarmee respondenten zich in de voorgaande zes maanden weleens onveilig voelden in de buurt 127

Tabel 6.6 Voornaamste reden voor gevoelens van onveiligheid in de voorgaande zes maanden, in absolute aantallen 128

Tabel 6.7 Misdrijven waarvan men aangaf in de voorgaande zes maanden in de buurt slachtoffer te zijn 129

Tabel 7.1 Difference-in-differences-analyse van redenen voor aankoop buiten coffeeshops in de afgelopen 30 dagen, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T1 ten opzichte van nulmeting T0 138

Tabel 7.2 Difference-in-differences-analyse van aankoopbronnen buiten coffeeshops in de afgelopen 30 dagen, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T_1 ten opzichte van nulmeting T_0 140

Tabel 7.3 Difference-in-differences-analyse van het gepercipieerde belang van cannabisgerelateerde kenmerken bij productkeuze per transactie op de illegale markt, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T_1 ten opzichte van de nulmeting T_0 143

Tabel 7.4 Difference-in-differences-analyse van tevredenheid over cannabisgerelateerde kenmerken bij productkeuze per laatste transactie op de illegale markt in de afgelopen 30 dagen, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T_1 ten opzichte van de nulmeting T_0 145

Tabel 7.5 Gemiddeld gekochte hoeveelheid gekochte wiet en hasj (onder 20 gram) in gram bij de laatste cannabisaankoop in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 147

Tabel 7.6 Gemiddelde prijs per gram wiet of hasj (in euro) per gewichtscategorie bij de laatste cannabisaankoop in Interventiegemeenten op T0 en T1 148

Tabel 7.7 Gemiddelde prijs per gram wiet of hasj (in euro) per gewichtscategorie bij de laatste cannabisaankoop in vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 149

Tabel 7.8 Gemiddeld prijs per gram (in euro) van gekochte wiet en hasj (onder 20 gram) bij de laatste cannabisaankoop in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 150

1 Inleiding

In deze rapportage doen we verslag van de methoden en resultaten van de eerste vervolgmeting die is uitgevoerd in het kader van het onderzoek naar het Experiment gesloten coffeeshopketen of EGC (hierna: het experiment). Deze eerste vervolgmeting brengt na de start van de experimenteerfase (7 april 2025) de situatie in de deelnemende onderzoeksgemeenten in kaart op het gebied van cannabisgebruik, de (gedoogde) verkoop van cannabis vanuit coffeeshops en de illegale verkoop van softdrugs. Vanaf de start van de experimenteerfase mogen coffeeshops in de interventiegemeenten uitsluitend cannabisproducten verkopen die zijn geproduceerd door geselecteerde, vergunde telers (hierna: het gereguleerde aanbod). De meting heeft naast de tien interventiegemeenten ook betrekking op tien vergelijkingsgemeenten, waar het reguliere aanbod is blijven gelden. De interventiegemeenten nemen deel aan het experiment, terwijl de vergelijkingsgemeenten uitsluitend deelnemen aan het onderzoek.

De eerste vervolgmeting vormt een belangrijke stap in het volgen van de ontwikkelingen sinds de nulmeting. In deze meting brengen we in kaart hoe de situatie zich binnen de afzonderlijke onderzoeksgroepen heeft ontwikkeld na de start van het experiment, waarbij de nieuwe situatie steeds wordt afgezet tegen de waarden die tijdens de nulmeting zijn vastgesteld. We merken op dat deze eerste meting slechts een eerste indicatie geeft van de mogelijke gevolgen van het experiment, omdat het enige tijd kan duren voor de markt zich na een interventie stabiliseert.

De analyses richten zich op dezelfde thema's als in de nulmeting: het aanbod en gebruik van cannabis, de daarmee samenhangende overlast en criminaliteit en de aan cannabisgebruik en -beleid gerelateerde aspecten van de volksgezondheid. Als eerste van in totaal vier vervolgmetingen vormt deze meting bovendien een belangrijke bouwsteen voor de tussentijdse evaluatie die tussen de derde en vierde meting zal plaatsvinden, waarin moet blijken in hoeverre het mogelijk is gebleken om een gesloten coffeeshopketen te realiseren. De uitkomsten van deze monitorrapportages dienen daarbij als input.

Deze eerste vervolgmeting is uitgevoerd en gerapporteerd door Breuer&Intraval, RAND Europe en het Trimbos-instituut, in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Datacentrum (WODC).

1.1 Het Nederlandse drugs- en coffeeshopbeleid

In de drugsnota Het Nederlands drugsbeleid; continuïteit en verandering (1995) wordt de centrale doelstelling van het Nederlandse drugsbeleid geformuleerd: 'het voorkomen dan wel beperken van de risico's van drugsgebruik voor het individu, zijn directe omgeving en de

samenleving (Ministeries van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Justitie en Veiligheid en Binnenlandse Zaken, 1995.[1] Deze doelstelling vormt anno 2026 nog steeds het uitgangspunt, wat concreet betekent dat landelijk en lokaal wordt gestreefd naar:

- het gescheiden houden van de markt voor softdrugs en harddrugs;
- het beperken en beheersen van overlast en verstoring van de openbare orde;
- het verminderen van gezondheidsrisico's, met name voor jongeren, door middel van preventie en voorlichting.

In Nederland geldt voor de verkoop van cannabisproducten in coffeeshops het gedoogbeleid. Dat houdt in dat coffeeshops die beschikken over een gemeentelijke gedoogverklaring of vergunning en zich houden aan de landelijke en lokale criteria, niet strafrechtelijk worden vervolgd. De landelijke gedoogvoorwaarden staan bekend als de AHOJGI-criteria. De criteria luiden anno 2026 als volgt:

- geen **A**fficchering: dit betekent geen reclame anders dan een summiere aanduiding op de betreffende lokaliteit;
- geen **H**arddrugs: dit betekent dat geen harddrugs voorhanden mogen zijn en/of verkocht mogen worden;
- geen **O**verlast: onder overlast kan worden verstaan parkeeroverlast rond de coffeeshop, geluidshinder, vervuiling en/of voor of nabij de coffeeshop rondhangende klanten;
- geen verkoop aan **J**eugdigen en geen toegang aan jeugdigen tot een coffeeshop, waarbij is gekozen voor een strikte handhaving van de leeftijdsgrens van 18 jaar;
- geen verkoop van **G**rote hoeveelheden per transactie: dat wil zeggen hoeveelheden groter dan geschikt voor eigen gebruik (= vijf gram) én een beperkte handelsvoorraad van maximaal 500 gram. Onder transactie wordt begrepen alle koop en verkoop in één coffeeshop op eenzelfde dag met betrekking tot eenzelfde koper;
- geen toegang en verkoop aan niet-**I**ngezetenen van Nederland: toegang en verkoop zijn uitsluitend toegestaan aan ingezetenen van Nederland. De coffeeshophouder moet dit controleren aan de hand van een geldig identiteitsbewijs en een uittreksel uit de Basisregistratie Personen (BRP). Het I-criterium geldt landelijk sinds 1 januari 2013, maar de handhaving ervan kan lokaal worden ingevuld binnen het driehoeksoverleg van burgemeester, politie en Openbaar Ministerie (OM).

Naast de AHOJGI-criteria geeft het College van procureurs-generaal aan dat een coffeeshop een alcoholvrije horecagelegenheid is. Gemeenten mogen aanvullend lokaal coffeeshopbeleid vaststellen, bijvoorbeeld over openingstijden, afstand tot scholen of nadere maatregelen ter voorkoming van overlast. Dit gebeurt in het lokale driehoeksoverleg.

1.2 Het Experiment gesloten coffeeshopketen

In de loop der jaren is vanuit het lokale bestuur toenemende kritiek ontstaan op de inrichting van het Nederlandse softdrugsbeleid. Het bestaande gedoogbeleid zou de aanpak van beïnvloedende factoren rondom coffeeshops,

1 https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-24077-2.html

zoals overlast, criminaliteit rond de achterdeur en gezondheidsrisico's, onvoldoende ondersteunen (bestuurlijke werkgroep Modernisering Cannabisbeleid, 2015). In deze context kwam het idee om te experimenteren met gereguleerde teelt en aanlevering van cannabis in beweging. In het regeerakkoord van het kabinet-Rutte III (2017) werd aangekondigd dat wet- en regelgeving zou worden ontwikkeld om een experiment met de gedoogde, gereguleerde productie van cannabis voor recreatief gebruik mogelijk te maken.

Het experiment richt zich op het sluiten van de gehele keten, van productie tot verkoop. Coffeeshops in de deelnemende gemeenten mogen uitsluitend cannabis verkopen die is geproduceerd door geselecteerde, vergunde telers. De regelgeving bepaalt dat maximaal tien telers worden aangewezen om gereguleerde, op kwaliteit gecontroleerde cannabis te produceren voor de coffeeshops. In totaal nemen tien interventiegemeenten deel aan het experiment, aangevuld met tien vergelijkingsgemeenten die niet overstappen op het gereguleerde aanbod maar wel worden meegenomen in het onderzoek.

Fasering

Het experiment heeft vijf fasen die de overgang van de situatie vóór het experiment naar de experimenteerfase en, indien nodig, de afbouw daarvan structureren. Deze fasering bestaat anno 2026 uit een voorbereidingsfase, een aanloopfase, een overgangsfase, de experimenteerfase en een mogelijke afbouwfase. Het experiment bevindt zich momenteel in de experimenteerfase, waarin coffeeshops in de interventiegemeenten uitsluitend gereguleerde cannabis mogen verkopen en de verkoop van niet-gereguleerde producten is uitgesloten.

De fasering is geleidelijk tot stand gekomen. In het regeerakkoord van 2017 werd aanvankelijk uitgegaan van vier fasen: een voorbereidingsfase, een overgangsfase, een experimenteerfase en een afbouwfase. Tijdens de verdere uitwerking van de wet- en regelgeving en in overleg met betrokken gemeenten en ketenpartners is daarna een aanvullende fase toegevoegd: de aanloopfase. In deze fase konden telers die gereed waren voor levering en coffeeshops in Tilburg en Breda starten met de verkoop van het gereguleerde aanbod, mits zij voldeden aan de gestelde eisen.

Spelregels

Binnen het Experiment gesloten coffeeshopketen blijven de landelijke AHOJGI-criteria van toepassing op alle deelnemende coffeeshops. Een uitzondering geldt voor de maximale handelsvoorraad: coffeeshops in de interventiegemeenten mogen afwijken van de landelijke grens van 500 gram en in plaats daarvan een weekvoorraad aanhouden. De omvang van deze weekvoorraad wordt door de betreffende gemeenten vastgesteld binnen de geldende lokale kaders.

Daarnaast zijn binnen het experiment aanvullende afspraken gemaakt over informatieuitwisseling, registratie en toezicht. Telers, transporteurs en coffeeshops zijn verplicht gebruik te maken van het track-and-tracesysteem, waarin alle stappen in de keten, van productie tot levering en verkoop, worden geregistreerd. Dit systeem is specifiek ontwikkeld voor het experiment en maakt geen deel uit van het reguliere gedoogbeleid.

Tijdlijn

In Kader 1.1 worden via een tijdlijn de aanleiding, totstandkoming en de belangrijkste ontwikkelingen van het experiment weergegeven. De tijdlijn en de bijbehorende beleidsdocumenten zijn ook beschikbaar via de website van de Rijksoverheid. Parallel hieraan zijn in opdracht van het WODC drie aanvullende onderzoeken uitgevoerd: een

procesevaluatie die de periode tot aan de start van het experiment beschrijft, een inventarisatie van internationale ontwikkelingen in het cannabisbeleid voor recreatief gebruik en een contaminantenanalyse. Alle rapporten zijn te downloaden via de website van het WODC.

Kader 1.1 Tijdlijn Experiment gesloten coffeeshopketen

2017

Oktober 2017 • In het regeerakkoord *Vertrouwen in de toekomst* wordt vastgelegd dat het kabinet wil onderzoeken hoe coffeeshops op kwaliteit gecontroleerde cannabis kunnen verkrijgen zonder strafbaarheid, en wat de gevolgen hiervan zijn. Dit vormt de basis voor het Experiment gesloten coffeeshopketen.

2018

Juni 2018 • De commissie Knottnerus brengt advies uit over de inrichting van een gesloten cannabisketen in het rapport *Een experiment met een gesloten cannabisketen*.

Juli 2018 • Het kabinet reageert op het advies van de commissie Knottnerus en neemt een groot deel van de aanbevelingen over. Deze reactie vormt de basis voor de verdere uitwerking van het experiment.

Juli 2018 • De Raad van State brengt advies uit over het wetsvoorstel.

Juli 2018 • Het kabinet dient het wetsvoorstel *Wet Experiment gesloten coffeeshopketen* in bij de Tweede Kamer.

November 2018 • Het ontwerpbesluit voor het experiment wordt opengesteld voor internetconsultatie. Gemeenten, coffeeshops en telers kunnen tot 24 december reageren.

2019

Januari 2019 • De Tweede Kamer neemt het wetsvoorstel aan; daarna volgt behandeling in de Eerste Kamer.

Augustus 2019 • De commissie-Knottnerus adviseert de verantwoordelijke bewindspersonen over de deelname van geïnteresseerde gemeenten. De Tweede Kamer wordt geïnformeerd welke tien gemeenten zijn genomineerd.

September 2019 • Telers, coffeeshops, toezichthouders en andere betrokkenen kunnen reageren op de voorgestelde ministeriële regeling via internetconsultatie.

November 2019 • De Eerste Kamer keurt het wetsvoorstel goed. De wet wordt gepubliceerd in het Staatsblad.

2020

Juli 2020 • Een onafhankelijke Begeleidings- en Evaluatiecommissie wordt ingesteld om het onderzoeksteam en de evaluatie van het experiment te begeleiden.

Juli 2020 • Met de inwerkingtreding van de wet- en regelgeving start de voorbereidingsfase. Deze omvat onder meer de selectie en aanwijzing van telers en de voorbereidingen van gemeenten, coffeeshophouders en toezichthouders.

Juli 2020 • Telers kunnen een aanvraag indienen om deel te nemen. De aanvragen worden beoordeeld namens de verantwoordelijke bewindspersonen.

December 2020 • Omdat er meer positieve beoordelingen zijn dan beschikbare plaatsen, vindt een loting plaats onder toezicht van een notaris.

2021

Mei 2021 • Ingelote aanvragers worden definitief aangewezen als teler na een Bibob-onderzoek en een laatste toetsing aan de voorwaarden.

Juli 2021 • Gemeenten, coffeeshops en telers kunnen tot en met 8 augustus reageren op het voorgestelde besluit via internetconsultatie.

2022

Februari 2022 • De *Regeling Experiment gesloten coffeeshopketen* wordt gepubliceerd in de Staatscourant.

Maart 2022 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede Kamer over de voortgang van het experiment.

2023

September 2023 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede Kamer over de start van de aanloopfase in Breda en Tilburg en de verwachte start van de overgangsfase.

December 2023 • De aanloopfase start op 15 december in Breda en Tilburg. Coffeeshops mogen daar zowel gereguleerde als gedoogde producten aanbieden.

2024

Maart 2024 • De verantwoordelijke bewindspersonen sturen de Tweede Kamer het rapport *Rapportage nulmeting 2022*.

Maart 2024 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede Kamer over de aanloopfase en de start van de overgangsfase op 17 juni 2024.

April 2024 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede Kamer over onderzoek van het WODC naar het experiment.

Juni 2024 • De overgangsfase start op 17 juni 2024. Coffeeshops in alle deelnemende gemeenten mogen zowel gedoogde als gereguleerde producten verkopen.

Augustus 2024 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede Kamer over de stand van zaken sinds de start van de overgangsfase.

Oktober 2024 • De verantwoordelijke bewindspersonen bieden de Tweede Kamer het onderzoeksrapport *Internationale ontwikkelingen in cannabisbeleid voor recreatief gebruik* aan.

December 2024 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede en Eerste Kamer over de voortgang van het experiment en sturen het rapport *Op weg naar een nieuwe cannabismarkt* mee.

2025

Januari 2025 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede en Eerste Kamer over enkele aanpassingen in het ontwerpbesluit en sturen het rapport *Rapportage nulmeting contaminantenanalyse* mee.

Maart 2025 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede Kamer over de start van de experimenteerfase op 7 april 2025 en gaan in op signalen van coffeeshophouders en de resultaten tot dan toe.

April 2025 • De verantwoordelijke bewindspersonen informeren de Tweede Kamer over de recente ontwikkelingen, waaronder het besluit om tijdelijk niet te handhaven op de verkoop van illegale hasj wegens beperkte beschikbaarheid van gereguleerde hasj.

April 2025 • De experimenteerfase start op 7 april 2025 in alle tien interventiegemeenten. Hier mogen coffeeshops uitsluitend nog legaal geteelde producten verkopen.

Mei 2025 • De verantwoordelijke bewindspersonen lichten het besluit toe om tot 1 september 2025 niet te handhaven op de verkoop van illegale hasj.

September 2025 • De tijdelijke uitzondering vervalt op 1 september 2025.

1.3 Begeleidend onderzoek

Het experiment wordt ondersteund door een onafhankelijk evaluatie- en monitoringsonderzoek. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door een consortium bestaande uit Breuer & Intraval, RAND Europe en het Trimbos-instituut. Het onderzoek brengt in kaart in hoeverre en op welke wijze een gesloten keten kan worden gerealiseerd, waarbij uitsluitend op kwaliteit gecontroleerde cannabis, zonder inmenging van criminelen, aan coffeeshops wordt geleverd. Daarnaast onderzoekt het consortium welke effecten deze gesloten keten heeft op ontwikkelingen op het gebied van openbare orde, veiligheid en volksgezondheid.

Het onderzoek vindt plaats in tien interventiegemeenten, de experimentele groep: Almere, Arnhem, Breda, Groningen, Heerlen, Maastricht, Nijmegen, Tilburg, Voorne aan Zee en Zaanstad. In deze gemeenten wordt de gesloten coffeeshopketen ingevoerd en wordt geëxperimenteerd met de verkoop van legaal geteelde en op kwaliteit gecontroleerde cannabis. Daarnaast zijn tien vergelijkingsgemeenten geselecteerd om als controlegroep te dienen, waarbij op groepsniveau zo veel mogelijk is aangesloten bij de interventiegemeenten: Enschede, Haarlem, Helmond, Leeuwarden, Leiden, Lelystad, Roermond, Tiel, Utrecht en Zutphen. In deze gemeenten blijft de huidige gedoogsituatie gehandhaafd, de interventie wordt daar niet ingevoerd.

Het onderzoek bestaat uit vier fasen:

- **Voormeting (2021):** Deze meting bracht de situatie rondom cannabis en coffeeshops in kaart. De meting was oorspronkelijk bedoeld als nulmeting, maar door het uitstellen van de start van het experiment en de uitbreiding van de controlegroep kon dit niet langer. De meting wordt daarom aangeduid als 'voormeting'. Het rapport is beschikbaar via de website van het WODC.
- **Nulmeting (2022):** Deze T_0-meting vond plaats voorafgaand aan de introductie van legaal geteelde en geleverde cannabis. Enerzijds is de onderliggende gedachte achter de beleidswijziging beschreven, anderzijds vormen de verzamelde data de *baseline* om latere ontwikkelingen tegen af te zetten. Het rapport is beschikbaar via de website van het WODC.
- **Monitoringsfase (vier jaar):** Deze fase start na de introductie van legaal geteelde cannabis en brengt de cijfermatige ontwikkelingen in beeld. Jaarlijks wordt een monitormeting uitgevoerd. Elke meting resulteert in een afzonderlijk rapport, het voorliggende rapport is het eerste in deze reeks.
- **Evaluatiefase:** Vanaf ongeveer 2,5 jaar na de introductie van legaal geteelde cannabis wordt het experiment geëvalueerd. In deze fase wordt beoordeeld hoe de geconstateerde ontwikkelingen tot stand zijn gekomen en in hoeverre de doelstellingen van het experiment worden bereikt. De evaluatie wordt vastgelegd in een afzonderlijk rapport dat nog voor de vierde vervolgmeting (T_4) verschijnt.

De onderzoeksfasen bieden inzicht in de aan het experiment gerelateerde ontwikkelingen in zowel de interventiegemeenten, waar legaal geteelde cannabis wordt ingevoerd, als de vergelijkingsgemeenten, waar het reguliere aanbod blijft gelden. In alle fasen wordt aandacht besteed aan een breed scala aan onderwerpen, zoals de teelt, distributie, het aanbod, de samenstelling en het gebruik van cannabis, overlast rondom coffeeshops, de illegale verkoop van cannabisproducten, aan cannabis gerelateerde gezondheidseffecten en de samenwerking tussen betrokken partijen.

1.4 Het voorliggende rapport

In dit rapport presenteren we de resultaten van de eerste vervolgmeting (T_1) binnen het Experiment gesloten coffeeshopketen. Deze meting richt zich op de ontwikkelingen die zich sinds de start van het experiment hebben voorgedaan, zowel in de interventiegemeenten als in de vergelijkingsgemeenten.

Om deze ontwikkelingen inzichtelijk te maken, hebben we in deze vervolgmeting een breed scala aan onderzoeksactiviteiten uitgevoerd. In coffeeshops zijn opnieuw menukaarten geanalyseerd en zijn enquêtes afgenomen onder bezoekers. In de directe omgeving van coffeeshops zijn bezoekersstromen geteld en zijn omwonenden en omwerkenden bevraagd over hun ervaringen. Daarnaast hebben we gesprekken gevoerd met (in)direct betrokkenen, gemeentelijk coffeeshopbeleid geanalyseerd, een longitudinale online-enquête uitgezet naar aankopen op de illegale markt en cijfermatige gegevens uit politiesystemen verwerkt. De exacte onderzoeksactiviteiten en gehanteerde methoden worden toegelicht in een afzonderlijk hoofdstuk.

Voor alle activiteiten presenteren we beschrijvende resultaten die inzicht geven in de stand van zaken. Waar mogelijk analyseren we de ontwikkelingen binnen de twee onderzoeksgroepen: de interventiegemeenten en de vergelijkingsgemeenten. Daarbij bekijken we of en hoe patronen tussen beide groepen van elkaar verschillen. Wanneer het experiment bijdraagt aan het realiseren van de beoogde doelen (onder andere het terugdringen van criminaliteit en illegale teelt, het vergroten van transparantie en controle over de productie- en distributieketen en het beter beschermen van de volksgezondheid), kan verwacht worden dat bepaalde ontwikkelingen in de interventiegroep afwijken van die in de vergelijkingsgroep. Tegelijkertijd is het goed mogelijk dat zich in beide groepen vergelijkbare ontwikkelingen voordoen, hetgeen waardevolle informatie oplevert voor de beoordeling van het experiment.

Voor de interpretatie van de resultaten passen we het principe van kruisvalidatie toe. Dat betekent dat we uitkomsten van de verschillende activiteiten binnen een thema met elkaar combineren en vergelijken. Wanneer meerdere activiteiten tot dezelfde bevinding leiden, versterkt dit de betrouwbaarheid en validiteit van de conclusies. Wanneer activiteiten tot uiteenlopende of tegenstrijdige resultaten leiden, plaatsen we daarbij passende kanttekeningen.

Tot slot benadrukken we dat dit rapport een monitorrapportage is. Het doel is om de eerste ervaringen sinds de start van de experimenteerfase in beeld te brengen en daarvan te leren. Bij de interpretatie van de resultaten moet worden meegewogen dat de blootstelling aan de interventie op T1 beperkt was. De periode tussen de start van het experiment en het moment van veldwerk was immers relatief kort. Daarnaast zijn ontwikkelingen geschetst in de voorafgaande twaalf maanden, die in sommige gemeenten deels in de voorbereidingsfase en deels in de experimenteerfase vielen. Het rapport trekt daarom nog geen conclusies over de vraag of het experiment de gestelde doelen heeft bereikt. Die beoordeling vindt plaats in de uitgebreide evaluatie die 2,5 jaar na de start van de experimenteerfase wordt uitgevoerd.

1.5 Probleemstelling en onderzoeksvragen

In deze eerste vervolgmeting richten we ons op de ontwikkelingen die zich sinds de start van de experimenteerfase van het Experiment gesloten coffeeshopketen hebben voorgedaan. Het volledige onderzoeksdesign omvat een breed palet aan onderzoeksvragen, gericht op het in kaart brengen van zowel de opzet

en werking van de gesloten keten als de mate waarin de beoogde doelen worden bereikt. In deze meting behandelen we alleen de onderzoeksvragen die op basis van de beschikbare data en ervaringen op dit eerste moment na de start van het experiment kunnen worden beantwoord.

De probleemstelling voor deze eerste vervolgmeting luidt als volgt:

Welke eerste ontwikkelingen zijn zichtbaar in de interventiegemeenten sinds de start van de experimenteerfase (7 april 2025) op het gebied van (a) het functioneren van de gesloten keten (productie, distributie en verkoop), (b) coffeeshopbeleid en -praktijk, (c) het aanbod en gebruik van cannabisproducten, (d) aan cannabis gerelateerde overlast en de illegale markt, en (e) volksgezondheid? En hoe verhouden deze ontwikkelingen zich tot de ontwikkelingen in de vergelijkingsgemeenten?

Deze probleemstelling vertaalt zich naar een set onderzoeksvragen die zich richt op het in kaart brengen van de eerste ontwikkelingen in de keten. De onderzoeksvragen die in deze vervolgmeting centraal staan, luiden als volgt:

Productieketen: teelt distributie en gesloten keten

- Hoe heeft de gesloten keten (en de daarmee samenhangende teelt-, opslag- en distributieprocessen) zich sinds de start van het experiment ontwikkeld in de interventiegemeenten, en hoe verhouden deze ontwikkelingen zich tot die in vergelijkingsgemeenten?
- Hoe beoordelen (in)direct betrokken partijen de werking van de gesloten keten in deze fase (wat werkt goed of minder goed, waardoor komt dit, en wat kan beter)?
- Welke knelpunten of risico's in de werking van de keten worden door betrokken partijen gesignaleerd, en in welke mate spelen deze nu al?
- Welke randvoorwaarden of vormen van ondersteuning zijn volgens betrokken partijen nodig om de keten in deze fase goed te laten functioneren?
- In hoeverre ervaren toezichthouders en handhavers dat de huidige wet- en regelgeving voldoende is om hun taken binnen de gesloten keten uit te voeren?
- Zijn er in deze fase aanwijzingen voor verplaatsingseffecten[2] binnen de productieketen (bijvoorbeeld teelt, opslag, distributie) tussen gemeenten of naar het buitenland?
- Welke externe omstandigheden of bredere ontwikkelingen hangen volgens betrokken partijen mogelijk samen met veranderingen die binnen de gesloten keten worden waargenomen?

Aanbod, verkoop en gebruik

- Hoe heeft het aanbod van cannabisproducten in coffeeshops zich sinds de start van het experiment ontwikkeld in interventie en vergelijkingsgemeenten?
- Hoe hebben de verkoophoeveelheden van cannabis zich sinds de start van het experiment ontwikkeld in interventie en vergelijkingsgemeenten?
- Welke ontwikkelingen zijn zichtbaar in de kenmerken van coffeeshopklanten sinds de

2 Met verplaatsingseffecten bedoelen wij dat activiteiten of handelsstromen als gevolg van een interventie niet afnemen of verdwijnen, maar zich verplaatsen naar andere schakels in de keten of naar andere locaties of markten.

start van het experiment in interventie en vergelijkingsgemeenten?

- Hoe ervaren coffeeshopklanten de ontwikkeling van het cannabisaanbod sinds de start van het experiment in interventie en vergelijkingsgemeenten?
- Welke ontwikkelingen zijn zichtbaar in de wijze van gebruik en de mate van cannabisgebruik sinds de start van het experiment in interventie en vergelijkingsgemeenten?
- Zijn er sinds de start van het experiment nieuwe groepen cannabisgebruikers zichtbaar geworden in coffeeshops in interventie en vergelijkingsgemeenten, en hoe verschillen deze van bestaande gebruikersgroepen?

Handhaving en beleidsuitvoering

- Hoe heeft het handhavings-, sanctie- en strafvorderingsbeleid ten aanzien van coffeeshops zich sinds de start van het experiment ontwikkeld in interventie en vergelijkingsgemeenten?
- Zijn er sinds de start van het experiment wijzigingen in de wijze waarop gemeenten in interventie en vergelijkingsgemeenten het ingezetenencriterium toepassen? Zo ja, om welke wijzigingen gaat het?
- Overlast
- Hoe heeft cannabisgerelateerde overlast zich sinds de start van het experiment ontwikkeld in interventiegemeenten, en hoe verhouden deze ontwikkelingen zich tot die in vergelijkingsgemeenten?
- Zijn er aanwijzingen voor verplaatsing van cannabisgerelateerde overlast tussen interventie en vergelijkingsgemeenten (of naar andere gemeenten)? Welke mogelijke factoren spelen hierbij een rol (bijvoorbeeld prijs, kwaliteit, aanbod)?

Criminaliteit

- Welke gevolgen heeft het experiment volgens betrokken partijen (zoals politie, gemeenten, coffeeshops, telers en vervoerders) voor de prevalentie van teelt en distributiegerelateerde criminaliteitsvormen in interventiegemeenten, en wat blijkt hierover uit beschikbare registraties? Hoe verhouden deze ontwikkelingen zich tot vergelijkingsgemeenten?
- In welke mate zijn er aanwijzingen voor bedreigingen of nieuwe criminaliteitsvormen gericht op partijen die bij het experiment betrokken zijn (zoals telers, vervoerders, coffeeshops, gebruikers, toezichthouders, handhavers en gemeentelijke of landelijke diensten)?

Illegale markt

- Hoe heeft de prijs van cannabis zich op de illegale markt sinds het experiment ontwikkeld in de interventie- en vergelijkingsgemeenten?

Volksgezondheid

- Welke ontwikkelingen zijn zichtbaar met betrekking tot (mogelijk) problematisch cannabisgebruik onder coffeeshopbezoekers in interventie en vergelijkingsgemeenten sinds de start van het experiment?
- Welke ontwikkelingen zijn zichtbaar in het aantal of type gezondheidsincidenten dat coffeeshopbezoekers in het afgelopen jaar hebben ervaren in interventie en vergelijkingsgemeenten?
- Op welke wijze wordt binnen het experiment aandacht besteed aan preventie, en welke ervaringen hebben betrokken partijen daarmee in deze fase (bijvoorbeeld verpakkingen,

informatievoorziening, verplichtingen voor coffeeshops)?

1.6 Leeswijzer

Na deze inleiding beschrijven we in hoofdstuk 2 het onderzoeksdesign en de uitgevoerde activiteiten. Vervolgens gaan we in hoofdstuk 3 in op de eerste ervaringen met de gesloten keten in de deelnemende gemeenten. In dit hoofdstuk besteden we ook aandacht aan de ervaringen van telers, vervoerders en toezichthouders, die inzicht geven in het functioneren van de keten in de praktijk. Daarna bespreken we in hoofdstuk 4 het aanbod in de coffeeshops en richten we ons in hoofdstuk 5 op de bezoekers van de coffeeshops. In hoofdstuk 6 behandelen we de leefbaarheid in de directe omgeving van coffeeshops, gevolgd door een bespreking van de situatie op de illegale markt in hoofdstuk 7. Het rapport wordt afgesloten met een concluderend hoofdstuk (hoofdstuk 8).

2 Methoden

Om de ontwikkelingen sinds de introductie van de gesloten coffeeshopketen zorgvuldig te kunnen volgen en duiden, wordt gebruikgemaakt van een experimenteel onderzoeksdesign waarbij twee groepen gemeenten met elkaar worden vergeleken. Bij het Experiment gesloten coffeeshopketen is ervoor gekozen deze onderverdeling op gemeentelijk niveau te organiseren. In dit hoofdstuk beschrijven we het onderzoeksdesign, de kenmerken van de deelnemende gemeenten en de wijze waarop deze kenmerken een rol hebben gespeeld bij de selectie van vergelijkingsgemeenten (paragrafen 1 en 2).

Daarnaast gaan we in op de methoden en onderzoeksactiviteiten die zijn toegepast voor de eerste vervolgmeting. Er zijn opnieuw interviews en gesprekken gehouden met stakeholders die direct of indirect betrokken zijn bij de gesloten coffeeshopketen (paragraaf 3). Ook is uitgebreid veldwerk uitgevoerd in de coffeeshops van de onderzoeksgemeenten (paragrafen 4 tot en met 8). Tijdens dit veldwerk zijn bezoekers geteld (paragraaf 4), zijn enquêtes afgenomen bij coffeeshopbezoekers (paragraaf 5), zijn foto's gemaakt van de menukaarten ten behoeve van een analyse van het aanbod (paragraaf 6) en zijn enquêtes afgenomen bij personen die in de directe omgeving van de coffeeshops wonen of werken (paragraaf 7).

Vervolgens bespreken we de onderzoeksactiviteiten die zijn uitgevoerd om de onderzoeksvragen rond de illegale markt te beantwoorden (paragraaf 9), evenals de analyse van politieregistraties die in dit kader is verricht (paragraaf 10). Tot slot lichten we de toegepaste analysetechnieken toe (paragraaf 11) en gaan we in op de methodologische beperkingen (paragraaf 12).

Uitvoering onderzoeksactiviteiten

In Figuur 2.1 is weergegeven wanneer de verschillende onderzoeksmethoden zijn ingezet. De voorbereidingen voor de eerste vervolgmeting vonden plaats in het eerste en tweede kwartaal van 2025 en werden afgerond in augustus van dat jaar. Het veldwerk voor deze vervolgmeting liep van september tot en met november 2025. Van de interventiegemeenten is er één in september bezocht, vijf in oktober en vier in november. Van de vergelijkingsgemeenten zijn er zes in september bezocht, twee in oktober en twee in november. In dezelfde periode zijn gesprekken gevoerd met coffeeshopexploitanten.

In de maanden daarna zijn aanvullende gesprekken gevoerd met gemeenten, telers, vervoerders en instanties die betrokken zijn bij het toezicht op de gesloten coffeeshopketen. In totaal zijn 85 gesprekken gevoerd (20 gemeenten, 54 coffeeshops, 6 telers, 2 vervoerders en 3 betrokken instanties). De

Figuur 2.1 Tijdlijn van de uitvoering van de dataverzameling (DV) voor de eerste vervolgmeting



** Er hebben op verschillende momenten interviews plaatsgevonden met diverse typen respondenten.*

*** De online-enquête over de illegale markt heeft vanaf de start van het onderzoek doorlopend opengestaan.*

online-enquête over de illegale markt is in september 2022 gestart en heeft sindsdien doorlopend open gestaan. Voor deze meting zijn de resultaten tot en met december 2025 geanalyseerd.

2.1 Quasi-experimenteel onderzoeksontwerp

In experimenteel onderzoek, zoals bij een *Randomized Controlled Trial* (RCT), wordt het effect van een interventie onderzocht door deelnemers willekeurig te verdelen over twee groepen: een experimentele groep en een controlegroep. De experimentele groep ontvangt de interventie, terwijl de controlegroep onder de bestaande situatie blijft functioneren. Door deze willekeurige toewijzing kunnen verschillen tussen de groepen met grote zekerheid worden toegeschreven aan de interventie. De onderzoeker heeft bovendien veel controle over de omstandigheden, waardoor invloeden van buitenaf beperkt blijven en causale verbanden goed kunnen worden vastgesteld.

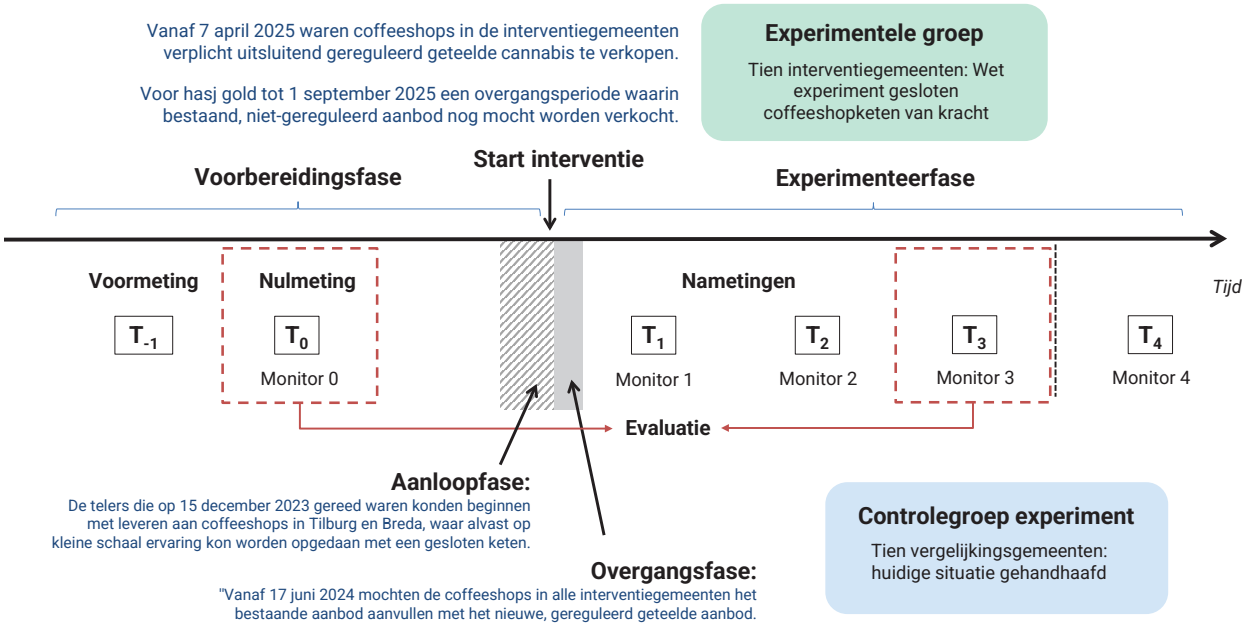
Voor het Experiment gesloten coffeeshopketen is deze volledig experimentele aanpak echter niet mogelijk. De deelnemende gemeenten en coffeeshops zijn namelijk niet willekeurig gekozen. Hierdoor spreken we van een quasi-experimenteel ontwerp. In dit ontwerp vormen de interventiegemeenten samen de experimentele groep en de vergelijkingsgemeenten de controlegroep. Quasi-experimentele ontwerpen worden veel gebruikt in beleidsonderzoek, omdat ze geschikt zijn voor situaties waarin beleidsmaatregelen in de praktijk worden ingevoerd. Het ontbreken van randomisatie betekent wel dat er altijd enige onzekerheid blijft over de mate waarin gevonden effecten volledig aan het experiment kunnen worden toegeschreven. Daarnaast kunnen externe factoren, zoals ontwikkelingen in de illegale cannabismarkt, de uitkomsten beïnvloeden.

Het onderzoeksdesign wordt schematisch weergegeven in Figuur 2.2. In zowel de interventiegemeenten (experimentele groep) als de vergelijkingsgemeenten (controlegroep) worden gegevens verzameld op verschillende momenten: vóór de start van het experiment (T_{-1} en T_0) en vervolgens op meerdere momenten daarna (T_1, T_2, T_3 en T_4). Op T_0 en T_3 vindt een uitgebreide dataverzameling plaats voor de evaluatie. Op T_2 en T_4 worden daarnaast monitoringsmetingen uitgevoerd die minder uitgebreid zijn, maar wel een continu beeld geven van de ontwikkelingen tijdens het experiment. De combinatie van deze monitoringsrondes en de meer gedetailleerde dataverzameling maakt het mogelijk om zowel de brede lijnen als de details van de onderzoeksvragen te beantwoorden. De evaluatie van het experiment wordt 2,5 jaar na de start van de experimenteerfase uitgevoerd.

2.2 Karakteristieken van de onderzoeksgemeenten

Voor het experiment zijn tien interventiegemeenten geselecteerd door de commissie-Knottnerus. Deze gemeenten vormen de experimentele groep en voeren de gesloten coffeeshopketen daadwerkelijk in. Het onderzoeksteam heeft daarnaast een aantal andere gemeenten benaderd met het verzoek om als vergelijkingsgemeenten mee te doen. De gemeenten die hiermee hebben ingestemd vormen de controlegroep. In deze controlegroep worden dezelfde ontwikkelingen gevolgd als in de interventiegemeenten, maar blijft de huidige gedoogpraktijk gehandhaafd. De controlegroep bestaat uit tien vergelijkingsgemeenten en is daarmee even groot als de experimentele groep.

Figuur 2.2 Schematische weergave quasi-experimenteel onderzoeksdesign



Interventiegemeenten (experimentele groep)

De selectie van interventiegemeenten vond plaats op basis van het advies van de commissie-Knottnerus aan de ministers van Justitie en Veiligheid en Medische Zorg en Sport. Geïnteresseerde gemeenten konden zich tot medio 2019 aanmelden. Van de 26 aangemelde gemeenten trokken er drie zich later terug. De commissie sprak met burgemeesters, beoordeelde de geschiktheid van gemeenten en maakte een afweging van methodologische mogelijkheden en beperkingen.

Op basis van vooraf vastgestelde criteria nomineerde de commissie uiteindelijk tien interventiegemeenten: Almere, Arnhem, Breda, Groningen, Heerlen, Maastricht, Nijmegen, Tilburg, Voorne aan Zee en Zaanstad. Uit het advies blijkt dat de commissie daarbij streefde naar voldoende geografische spreiding, genoeg verkooppunten en een mix van (middel)grote gemeenten, waaronder enkele grensgemeenten. Daarnaast is er variatie tussen deze gemeenten in het aantal inwoners per coffeeshop en in de afstand tot de landsgrens. Deze verschillen zijn relevant voor het experiment, omdat ze iets zeggen over de druk op coffeeshops en de mate van buitenlandse aanloop. In Tabel 2.1 zijn de interventiegemeenten en de belangrijkste bijbehorende kenmerken weergegeven.

Tabel 2.1 Deelnemende interventiegemeenten (eerste vervolgmeting)

Gemeente	Groep	Provincie	Inwoners**	Verkoop-punten***	Grens-gemeente	Aantal inwoners per coffeeshop	Aantal KM tot de lands-grens****
1. Almere	Interventie	Flevoland	229.574	3		76.525	80
2. Arnhem	Interventie	Gelderland	169.364	10		16.936	17
3. Breda	Interventie	Noord-Brabant	188.779	8	Ja	23.597	9
4. Groningen	Interventie	Groningen	244.441	9		27.160	43
5. Heerlen	Interventie	Limburg	87.522	2	Ja	43.761	6
6. Maastricht	Interventie	Limburg	125.563	14	Ja	8.969	3
7. Nijmegen	Interventie	Gelderland	189.007	12		15.751	7
8. Tilburg	Interventie	Noord-Brabant	230.357	11		20.942	9
9. Voorne aan Zee*	Interventie	Zuid-Holland	74.527	2		37.264	45
10. Zaanstad	Interventie	Noord-Holland	162.828	3		54.276	101

** Op 1 januari 2023 is de gemeente Hellevoetsluis opgegaan in de nieuwe gemeente Voorne aan Zee na een fusie met de gemeenten Brielle en Westvoorne. ** Peiljaar 2025 (Bron: CBS). *** Peiljaar 2024 (Bron: Mennes et al., 2025). **** Bepaald via: www.afstandmeten.nl.*

Vergelijkingsgemeenten (controlegroep)

Bij de opzet van het experiment is ervoor gekozen om, naast de interventiegemeenten, ook een controlegroep samen te stellen. Dit sluit aan bij het advies van de commissie-Knottnerus, die benadrukte dat een controlegroep noodzakelijk is om ontwikkelingen goed te kunnen duiden en om effecten van de gesloten coffeeshopketen te kunnen vergelijken met gemeenten waar de bestaande situatie blijft bestaan. Het uitgangspunt bij de selectie van deze controlegroep was dat de vergelijkingsgemeenten zoveel mogelijk dezelfde kenmerken moesten hebben als de interventiegemeenten. Daarom zijn dezelfde selectiecriteria gebruikt als bij de keuze voor de interventiegemeenten.

Gemeenten die door het onderzoeksteam zijn benaderd om deel te nemen als vergelijkingsgemeente hadden de mogelijkheid om dit verzoek te weigeren, en enkele gemeenten hebben dat ook gedaan. Daardoor vallen niet alle aanvankelijk geselecteerde gemeenten uiteindelijk in de vergelijkingsgroep. De definitieve controlegroep bestaat uit tien vergelijkingsgemeenten. In Tabel 2.2 zijn deze gemeenten en de voor het onderzoek relevante kenmerken weergegeven.

Tabel 2.2 Deelnemende vergelijkingsgemeenten (eerste vervolgmeting)

Gemeente	Groep	Provincie	Inwoners*	Verkoop-punten*	Grens-gemeente	Aantal inwoners per coffeeshop	Aantal KM tot de lands-grens***
1. Enschede	Controle	Overijssel	162.317	10	Ja	16.232	6
2. Haarlem	Controle	Noord-Holland	168.743	16		10.546	99
3. Helmond	Controle	Noord-Brabant	96.551	1		96.551	23
4. Leeuwarden	Controle	Friesland	129.973	12		10.831	92
5. Leiden	Controle	Zuid-Holland	130.638	11		11.876	75
6. Lelystad	Controle	Flevoland	84.713	1		84.713	83
7. Roermond	Controle	Limburg	61.210	1	Ja	61.210	6
8. Tiel	Controle	Gelderland	42.575	4		10.644	37
9. Utrecht	Controle	Utrecht	376.757	12		31.396	68
10. Zutphen	Controle	Gelderland	49.028	3		16.343	26

** Peiljaar 2025 (Bron: CBS). ** Peiljaar 2024 (Bron: Mennes et al., 2025). *** Bepaald via: www.afstandmeten.nl.*

Overzicht onderzoeksgemeenten

In Figuur 2.3 staat een overzicht van alle gemeenten die deelnamen aan het onderzoek tijdens de nulmeting. De figuur laat zowel de geografische spreiding zien als de belangrijkste kenmerken van de interventie- en vergelijkingsgemeenten, afzonderlijk en gecombineerd. Uit deze nulmeting blijkt dat de interventiegroep voldoet aan de uitgangspunten die bij de selectie zijn gehanteerd. Wel kan worden opgemerkt dat de geografische spreiding goed, maar niet volledig optimaal is, omdat meerdere gemeenten zich in Noord-Brabant en Limburg bevinden en er geen interventiegemeenten zijn opgenomen uit Friesland, Drenthe, Overijssel en Zeeland.

Ook in de controlegroep zijn de beoogde uitgangspunten grotendeels geborgd, al geldt daar eveneens dat de geografische spreiding niet helemaal evenwichtig is. Zo omvat de controlegroep geen gemeenten uit Groningen, Drenthe en Zeeland. Daarnaast zijn er, ondanks overeenkomsten op hoofdlijnen tussen beide groepen, altijd verschillen tussen individuele gemeenten. Deze variatie kan invloed hebben op de onderzoeksresultaten. Bij de interpretatie van de bevindingen is hiermee rekening gehouden.

Verschillen ten opzichte van de nulmeting

Tussen de nulmeting en de eerste vervolgmeting zijn er in zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten enkele veranderingen zichtbaar in het aantal coffeeshops. In de interventiegroep is het totaal aantal verkooppunten vrijwel gelijk gebleven. Alleen in de gemeente Voorne aan Zee (voorheen Hellevoetsluis) is één coffeeshop toegevoegd. Deze toename komt doordat er daadwerkelijk een nieuw verkooppunt is geopend tussen beide meetmomenten en staat los van de gemeentelijke fusie waar Hellevoetsluis onderdeel van was.

Voor de controlegroep geldt dat er tussen de nulmeting en de eerste vervolgmeting enkele veranderingen zijn opgetreden in het aantal coffeeshops. In Utrecht is één coffeeshop toegevoegd, waardoor het totale aantal verkooppunten licht is gestegen. In Roermond is de ontwikkeling juist omgekeerd: daar zijn twee bestaande coffeeshops verdwenen en is in dezelfde periode één nieuwe coffeeshop geopend. Hierdoor ligt het totale aantal verkooppunten nu lager dan tijdens de nulmeting. Voor Roermond is verder van belang dat de nieuw geopende coffeeshop buiten het centrum is gevestigd, waarmee deze locatie duidelijk afwijkt van de eerdere coffeeshoplocaties die wél in of nabij het centrum lagen.

2.3 Interviews met betrokkenen

In zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten is gesproken met direct en indirect betrokkenen bij het lokale coffeeshopbeleid. Voor de nulmeting zijn hiervoor groepsinterviews gehouden. In de opzet van het onderzoek was voorzien dat deze bij de monitoringsmetingen (T_1, T_2, T_3 en T_4) zouden worden opgevolgd met een korte enquête. Sinds de start van de experimenteerfase in april 2025 is echter gebleken dat de ontwikkelingen binnen gemeenten dusdanig complex en divers zijn, dat een standaardvragenlijst onvoldoende recht zou doen aan de aard en variatie van de ervaringen.

In overleg met de begeleidingscommissie is daarom gekozen voor een hybride aanpak voor de eerste vervolgmeting (T_1), waarbij kwantitatieve input via een compacte vragenlijst wordt gecombineerd met kwalitatieve duiding in aanvullende gesprekken. Daarnaast is ervoor gekozen om gesprekken met coffeeshopexploitanten analysetechnisch bij dit onderdeel onder te brengen, en om telers,

Figuur 2.3 Interventie- en vergelijkingsgemeenten tijdens de eerste vervolgmeting



Onderzoeksgroep (*n*)	Totaal aantal inwoners*	Gemiddeld aantal inwoners	Totaal aantal verkooppunten**	Totaal aantal grens-gemeenten	Gemiddeld aantal inwoners per coffeeshop
Interventie (10)	1.701.962	170.196	74	3	32.518
Vergelijking (10)	1.302.505	130.251	71	2	35.034

**Peiljaar 2025 (Bron: CBS). **Peiljaar 2024 (Bron: Mennes et al.,2025).*

vervoerders en toezichthouders kort te spreken over hun ervaringen binnen de keten.

Vragenlijsten voor interventie- en vergelijkingsgemeenten

Alle onderzoeksgemeenten beschikken over een lokale coördinator die betrokken is bij de uitvoering van het experiment. De coördinatoren ontvingen van het onderzoeksteam een compacte vragenlijst en zijn gevraagd die door te sturen naar relevante stakeholders, waaronder beleidsadviseurs, politie, handhaving, preventiepartners en andere betrokkenen. Alle twintig onderzoeksgemeenten zijn benaderd en hebben ook medewerking aan het onderzoek verleend.

Er zijn twee varianten van de vragenlijst opgesteld:

- Interventiegemeenten: een uitgebreide vragenlijst gericht op ervaringen met de uitvoering van het experiment, waaronder samenwerking, operationele knelpunten en waargenomen effecten in de reguliere praktijk;
- Vergelijkingsgemeenten: een meer beknopte vragenlijst gericht op de lokale situatie onder het gedoogbeleid en mogelijke indirecte effecten van het experiment in omliggende gemeenten.

Beide vragenlijsten zijn modulair opgebouwd en bevatten per domein (beleid, handhaving, zorg/preventie, etc.) een set open vragen over ontwikkelingen, knelpunten en samenwerking. Stakeholders vulden de vragenlijst zelfstandig in en stuurden deze rechtstreeks naar het onderzoeksteam terug.

Stakeholders kregen twee weken de tijd om de vragenlijst in te vullen. Na één week is via de lokale coördinatoren een herinnering verstuurd. De ingevulde vragenlijsten zijn vervolgens door het onderzoeksteam thematisch geanalyseerd.

De thematische bundeling per gemeente vormde de basis voor de verdiepende gesprekken in de volgende fase.

Op basis van de geanalyseerde input is in elke gemeente een kort duidend interview gehouden met de lokale coördinator (of een breder projectteam). De gesprekken vonden online plaats en duurden circa één uur. In de interviews zijn opvallende patronen besproken, is aanvullende context verduidelijkt en zijn eventuele tegenstrijdigheden of hiaten in de aangeleverde informatie nader verkend. Hierdoor biedt de hybride methode zowel breedte (door de vragenlijsten) als diepte (door de duidingsgesprekken).

Gesprekken met coffeeshopexploitanten

In alle gemeenten is daarnaast gesproken met coffeeshopeigenaren, bedrijfsleiders en ervaren medewerkers die goed inzicht hebben in de dagelijkse praktijk binnen de coffeeshop. De gesprekken waren gericht op ervaringen met de exploitatie, ontwikkelingen sinds de start van het experiment en verwachtingen voor de komende periode. Daarbij bestond de indruk dat vooral coffeeshopeigenaren met meer uitgesproken standpunten (zowel voor als tegen het experiment) bereid waren deel te nemen aan de interviews. In de interventiegemeenten namen 35 van de 74 verkooppunten deel aan een gesprek; in de vergelijkingsgemeenten ging het om 19 van de 71 verkooppunten.

De interviews zijn face to face tijdens het veldwerk of telefonisch na afloop afgenomen. Hiervoor is gewerkt met een compacte topiclijst waarin drie hoofdonderwerpen waren opgenomen:

- achtergrond en rol van de respondent;
- huidige situatie in en rondom de coffeeshop (bezoekers, eventuele overlast, aanbod, preventie);

- ervaringen en verwachtingen ten aanzien van het experiment.

Respondenten gaven vooraf *informed consent*. Waar toestemming werd gegeven, zijn gesprekken opgenomen en volledig uitgetypt; anders zijn uitgebreide veldnotities gemaakt. Alle interviews zijn thematisch geanalyseerd op basis van de topiclijst. De gesprekken dienden als contextuele verdieping en zijn niet gebruikt voor systematische vergelijkingen tussen gemeenten.

Gesprekken met telers, vervoerders en toezichthouders

Met ketenpartners – telers, vervoerders en instanties die betrokken zijn bij het toezicht op de keten – zijn eveneens aanvullende gesprekken gevoerd. Voor deze interviews is gebruikgemaakt van een semigestructureerde itemlijst met onderwerpen die per gesprekspartner werden afgestemd op zijn rol en taken binnen de keten. De lijst fungeerde als leidraad, waarbij onderzoekers konden afwijken van de volgorde en aanvullende thema's konden bespreken.

Onderzoekers waren geïnstrueerd door te vragen bij onduidelijkheden of tegenstrijdigheden. In totaal is gesproken met zes telers, twee vervoerders en drie toezichthoudende instanties. Alle interviews zijn na afloop volledig teruggeluisterd en thematisch gecodeerd. Waar gewenst ontvingen respondenten een samenvatting ter verificatie.

2.4 Tellingen coffeeshopbezoekers

Bij de 143 coffeeshops die tijdens de eerste vervolgmeting geopend waren, is geteld hoeveel bezoekers gedurende vijf minuten bij de coffeeshop naar binnen gingen. Daarbij zijn klanten die na het verstrijken van de vijf minuten in een wachtrij voor de coffeeshop stonden om de coffeeshop binnen te gaan, meegeteld. De resultaten van de tellingen zijn ter plekke ingevoerd op een tablet, vervolgens geanalyseerd en geëxtrapoleerd naar een schatting van het aantal bezoeken per uur. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen doordeweekse dagen (maandag tot en met donderdag), vrijdagen en weekenddagen (zaterdag en zondag). Rondom deze schattingen zijn betrouwbaarheidsmarges berekend (95%). In Tabel 2.3a en Tabel 2.3b is schematisch weergegeven (per dag van de week respectievelijk per dagdeel) hoeveel tellingen er per groep zijn verricht.

Bij het tellen van de coffeeshopbezoeken zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- De tellingen zijn zo verdeeld dat bij elke coffeeshop in een gemeente ten minste één telling heeft plaatsgevonden op een doordeweekse dag (maandag tot en met donderdag), een vrijdag en een dag in het weekend (zaterdag of zondag);
- De tellingen zijn zo verdeeld dat bij elke coffeeshop in een gemeente ten minste één telling heeft plaatsgevonden in respectievelijk de ochtend (10:00 - 12:00 uur), de middag (12:00 - 18:00 uur) en de avond (18:00 - 24:00 uur);
- De tellingen zijn zo verdeeld dat voor de gehele gemeente geldt dat op elke van de drie typen dagen (doordeweeks, vrijdag en in het weekend) ten minste één telling in elk dagdeel (ochtend, middag en avond) heeft plaatsgevonden.

Tabel 2.3a Aantal coffeeshoptellingen per dagtype, per onderzoeksgroep en totaal

Groep (*n*)	Verkooppunten*	Tellingen			
		Doordeweeks	Vrijdag	Weekend	Totaal
Interventiegemeenten (10)	71	233	140	193	566
Vergelijkingsgemeenten (10)	72	244	166	187	597
Totaal	**143**	**477**	**306**	**380**	**1163**

** In de interventiegemeente kon op het moment van meten bij drie coffeeshops niet worden geteld, omdat ze (definitief) gesloten waren. In een vergelijkingsgemeente werd een nieuwe coffeeshop geopend.*

Tabel 2.3b Aantal coffeeshoptellingen per dagdeel,* per onderzoeksgroep en totaal

Groep (*n*)	Verkooppunten*	Tellingen			
		Ochtend	Middag	Avond	Totaal
Interventiegemeenten (10)	71	89	238	239	566
Vergelijkingsgemeenten (10)	72	67	238	292	597
Totaal	**143**	**156**	**476**	**531**	**1163**

** In de interventiegemeente kon op het moment van meten bij drie coffeeshops niet worden geteld, omdat ze (definitief) gesloten waren. In een vergelijkingsgemeente werd een nieuwe coffeeshop geopend.*

2.5 Enquête onder coffeeshopbezoekers

In de interventiegemeenten zijn bij 71 coffeeshops enquêtes afgenomen onder bezoekers, in de vergelijkingsgemeenten zijn bij 69 coffeeshops enquêtes afgenomen. In totaal hebben 865 coffeeshopbezoekers de enquête ingevuld, waarvan 426 in de interventiegemeenten en 439 in de vergelijkingsgemeenten.

Opbouw enquête

De enquête voor respondenten was een gestructureerde lijst van vragen, die bestond uit meerdere modules. Coffeeshopbezoekers werd gevraagd naar:

1. **Achtergrondkenmerken**: waaronder leeftijd, geslacht, hoofdactiviteit en hoogst afgeronde opleiding.
   Aankoopgedrag: waaronder koopgedrag in de coffeeshop (aanschaf laatste transactie), de soort aankoop (wiet, hasj, *edibles*, vapes) en de tevredenheid met het cannabisaanbod in de coffeeshops binnen en buiten de gemeente (variëteit, prijs-kwaliteitverhouding et cetera).
2. **Gebruik en gezondheid**: waaronder de gebruiksgeschiedenis (ooit, laatste jaar, laatste maand), frequentie van gebruik (aantal dagen), aantal eenheden per dag en per gram, wijze van gebruik, omgeving van gebruik, reden voor gebruik (recreatief of medicinaal), riskant en/of problematische gebruik, cannabisgerelateerde

gezondheidsproblemen en/of incidenten en ervaren gezondheidsproblemen.

3. **Illegale markt**: waaronder koopgedrag buiten de coffeeshop, de frequentie van aankopen buiten de coffeeshop, de wijze van aankoop en de meest voorkomende locatie.
4. **Verandering koopgedrag**: in deze meting werd voor het eerst gevraagd of er verandering in koopgedrag heeft plaatsgevonden sinds de start van de experimenteerfase. En zo ja, wat de reden was van de verandering in koopgedrag.

Periode en aantal bezoekersenquêtes

Tussen september en november 2025 werden enquêtes in of nabij de coffeeshop afgenomen bij respondenten die net voor de bevraging een aankoop hadden gedaan in de betreffende coffeeshop. Binnen deze periode werden enquêtes op verschillende dagen en op verschillende momenten van de dag afgenomen, zoals weergegeven in Tabel 2.4. In totaal zijn 865 enquêtes afgenomen.

Tabel 2.5 bevat het aantal coffeeshops per gemeente waar enquêtes zijn afgenomen, en hoeveel enquêtes er per gemeente zijn afgenomen. In totaal zijn 865 enquêtes afgenomen onder de bezoekers van 140 coffeeshops. Beoogd was om minimaal zes enquêtes per coffeeshop af te nemen. Drie coffeeshops waren op het moment dat de onderzoekers aanwezig waren gesloten, bij drie gemeenten stonden coffeeshopeigenaren en/of -medewerkers niet toe om bezoekers van de coffeeshop te benaderen. Voor deze coffeeshops is voor de betreffende gemeenten gecorrigeerd bij andere coffeeshops, om alsnog het beoogde aantal enquêtes voor deze gemeente te behalen. Driekwart van de respondenten (75%, *n* = 647) woont in de gemeente waar het door de onderzoekers is geënquêteerd.

Tabel 2.4 Afgenomen enquêtes per dag en moment op de dag*

Dagdeel	MA	DI	WO	DO	VRIJ	ZA	ZO	Totaal
Ochtend	-	1	4	57	43	7	-	112
Begin middag	-	22	68	120	38	6	-	254
Einde middag	-	25	218	156	24	1	-	424
Begin avond	-	3	12	18	5	-	-	38
Einde avond	-	-	13	22	2	-	-	37
Totaal	**-**	**51**	**315**	**373**	**112**	**14**	**-**	**865**

** Ochtend: 10:00 - 12:00; begin middag: 12:00 - 15:00; einde middag: 15:00 - 18:00; begin avond: 18:00 - 20:00; einde avond: 20:00 - 24:00.*

Tabel 2.5 De gemeenten en het aantal coffeeshops waarin de enquêtes werden afgenomen, het aantal afgenomen enquêtes en het aantal respondenten woonachtig in de gemeente van afname

Gemeente	Aantal coffeeshops waar enquêtes zijn afgenomen (*n* = 140)	Afgenomen enquêtes (*n* = 865)	Aantal respondenten woonachtig in gemeente van afname (%), (*n* = 647)
Interventiegemeenten			
Almere	3	19	17 (89%)
Arnhem*	8	47	38 (81%)
Breda	8	46	25 (54%)
Groningen	9	58	46 (79%)
Heerlen	2	12	9 (75%)
Maastricht	14	84	66 (79%)
Nijmegen	12	72	45 (63%)
Tilburg*	10	61	47 (77%)
Voorne aan Zee	2	8	5 (63%)
Zaanstad	3	19	13 (68%)
Vergelijkingsgemeenten			
Enschede	10	67	57 (85%)
Haarlem*	15	96	77 (80%)
Helmond*	0	0	0 (N/A)
Leeuwarden	12	74	59 (80%)
Leiden	11	68	44 (65%)
Lelystad	1	6	5 (83%)
Roermond	1	7	6 (86%)
Tiel*	3	23	16 (70%)
Utrecht	13	80	59 (74%)
Zutphen	3	18	13 (72%)

** In deze gemeenten bleken coffeeshops gesloten of lieten coffeeshopeigenaren/medewerkers niet toe dat coffeeshopbezoekers werden aangesproken door de onderzoekers (zes coffeeshops in totaal).*

2.6 Menukaartanalyse

De onderzoekers hebben in de coffeeshops toestemming gevraagd voor het maken van foto's van de menukaart. In totaal gaven 134 coffeeshops in 20 gemeenten toestemming voor het maken van foto's. Deze foto's werden gelabeld en geanonimiseerd.

De onderzoekers maakten voor ieder item op de menukaarten een uniek record in een database. Hierin werden productnaam, hoeveelheid, prijs en eventuele informatie over verkoopstatus en/of sterkte genoteerd. Ook noteerden de onderzoekers in welke plaats de foto was genomen en of die behoorde tot de interventie- of vergelijkingsgemeenten. Als eenzelfde soort cannabis in één coffeeshop werd verkocht in verschillende hoeveelheden – bijvoorbeeld € 10,- voor één gram en € 45,- voor vijf gram –, werden hiervoor twee *entries* in de database gemaakt. In de analyse van het aantal unieke soorten werd steeds het item met het kleinste gewicht gebruikt, waarop doorgaans geen korting zat.

Bij ongeveer 96% van de 134 coffeeshops is informatie ingewonnen over de meest verkochte wietsoort, de meest verkochte hasjsoort, de (verondersteld) sterkste wietsoort en de meest verkochte milde wietsoort. Deze informatie werd tijdens interviews met coffeeshopeigenaren uitgevraagd.

Ten slotte werden de producten ingedeeld in klassen en subklassen:

- wiet, met als subklassen:
  - nederwiet[3];
  - VS-wiet[4];
  - gruis[5];
  - buitenlandse wiet[6];
  - buitenwiet[7]
- hasj, met als subklassen:
  - nederhasj[8];
  - buitenlandse hasj
- CBD[9], met als subklassen:
  - CBD-wiet;
  - CBD-hasj
- joints, met als subklassen:
  - joint met tabak;
  - joint zonder tabak
- edibles[10];
- vapes;
- overige, met als subklassen:
  - concentraat;
  - olie;
  - overig

De menukaarten vermeldden niet altijd de prijs per gram, maar deze kon wel worden berekend aan de hand van andere informatie op de menukaart. Bij joints en edibles gaven coffeeshops soms aan hoeveel gram cannabis of hoeveel milligram THC erin zat, maar doorgaans was alleen te zien hoeveel stuks

3 In Nederland gekweekte wiet.

4 Cannabis geïmporteerd uit Noord-Amerika of aldaar veredeld.

5 Ook wel 'mix' of 'kleine toppen': dit zijn vaak restanten van (diverse) soorten nederwiet.

6 Wiet geïmporteerd uit landen als Thailand, Jamaica en Colombia. Deze wiet bevat minder THC omdat deze buiten is geteeld.

7 Wiet die buiten is geteeld.

8 Hasj die gemaakt is op basis van nederwietplanten die vaak ook binnen zijn geteeld.

9 Wiet of hasj met een hoge concentratie cannabidiol, een niet-psychoactieve stof in cannabis.

10 Eetbare producten waarin cannabis is verwerkt en die niet als concentraat, olie of supplement worden verkocht.

verkocht werden voor een bepaalde prijs. Voor cannabisproducten in de klassen wiet, hasj, CBD en concentraat berekenden de onderzoekers vervolgens de prijs per gram, en voor joints, edibles, vapes en supplementen de prijs per stuk.

2.7 Enquête onder omwonenden en/of omwerkenden

Bij alle coffeeshops in zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten zijn per coffeeshop drie enquêtes afgenomen bij personen die in de directe omgeving van de coffeeshop wonen of werken. In totaal is de enquête afgenomen onder 441 respondenten, waarvan 218 in de interventiegemeenten en 223 in de vergelijkingsgemeenten.

Inhoud van de enquête

In de enquête werd gevraagd naar leefbaarheid, overlast en veiligheid. Allereerst werd aan respondenten gevraagd of er in de buurt in de voorgaande zes maanden voorvallen waren geweest, waarvan zij of anderen overlast konden ervaren, en vervolgens of zij hier zelf daadwerkelijk overlast van hadden ervaren. Wanneer dit het geval was, werd gevraagd naar het soort voorval, de frequentie en de oorzaak van deze voorvallen. Vervolgens werd gevraagd naar de tevredenheid van het wonen en/of werken in de buurt en het ervaren gevoel van (on)veiligheid in de buurt. In de introductie van de enquête en in de vraagstelling is het gebruik van het woord ‘coffeeshop’ of hieraan gerelateerde termen vermeden om beïnvloeding van de respondent te voorkomen.

Afname van de enquête

De respondenten werden op verschillende dagen van de week (zowel doordeweeks als in het weekend) en op verschillende dagdelen (zowel overdag als in de avond) door de onderzoekers gevraagd of zij wilden meewerken aan een korte enquête met betrekking tot de leefbaarheid en veiligheid in de buurt.

Aan de respondenten werd duidelijk gemaakt dat deelname anoniem was en dat de gegevens niet herleidbaar waren naar personen. Ook werden overige rechten, zoals het stoppen van deelname, uitgelegd aan de respondent. De antwoorden van de respondenten werden door onderzoekers ter plekke geregistreerd op een tablet. De enquête was een gestandaardiseerde vragenlijst, waarbij aan elke respondent dezelfde vragen werden gesteld. Afhankelijk van de antwoorden volgde de respondent een andere route door de vragenlijst.

De voorwaarden om deel te nemen aan de enquête waren 1) dat de woning of werkplek van de respondent binnen een straal van vijftig meter rond de coffeeshop gelokaliseerd was, en 2) dat er geen natuurlijke afbakeningen of barrières tussen de woning of werkplek en de coffeeshop waren, zoals een brug, treinspoor of grote/hoge gebouwen. Deze voorwaarden zijn opgesteld om ervoor te zorgen dat alleen personen die in de zeer directe omgeving van de coffeeshop wonen en/of werken, werden geënquêteerd, aangezien zij weten wat zich daar afspeelt. Tabel 2.6 geeft het aantal coffeeshops en het aantal afgenomen enquêtes per gemeente weer.

Tabel 2.6 Aantal afgenomen enquêtes omwonenden/omwerkenden per gemeente

	Gemeente	Aantal coffeeshops waar in de omgeving enquêtes zijn afgenomen (*n* = 143)	Afgenomen enquêtes (*n* = 441)
Interventiegemeenten	Almere	3	9
	Arnhem	8	27
	Breda	8	24
	Groningen	9	28
	Heerlen	2	6
	Maastricht	14	43
	Nijmegen	12	36
	Tilburg	10	30
	Voorne aan Zee	2	6
	Zaanstad	3	9
Totaal interventie		**71**	**218**
Vergelijkingsgemeenten	Enschede	10	31
	Haarlem	16	49
	Helmond	1	3
	Leeuwarden	12	38
	Leiden	11	34
	Lelystad	1	4
	Roermond	1	3
	Tiel	4	12
	Utrecht	13	40
	Zutphen	3	9
Totaal vergelijking		**72**	**223**
Totaal beide groepen		**143**	**441**

Respondenten

In de interventiegemeenten is iets meer dan de helft van de respondenten man (52%, *n* = 114) en bijna de helft van de respondenten vrouw (46%, *n* = 100). 2% (*n* = 4) van de respondenten identificeert zich niet als man of als vrouw. In vergelijkingsgemeenten is het aantal mannen gelijk aan het aantal vrouwen (50%, *n* = 111). 0,4% van de respondenten (*n* = 1) identificeert zich niet als man of als vrouw, zoals te zien in Tabel 2.7. De gemiddelde leeftijd van respondenten is in interventiegemeenten ruim 44 jaar en in de vergelijkingsgemeenten ruim 41 jaar.

In zowel de interventie- als vergelijkingsgemeenten wonen de meeste respondenten in de buurt van de coffeeshop (59% respectievelijk 57%), zoals af te lezen uit Tabel 2.8. Zowel de geïnterviewde bewoners als ondernemers van beide groepen gemeenten wonen of werken gemiddeld al tenminste tien jaar in de omgeving van de coffeeshop.

Tabel 2.7 Geslacht deelnemers enquêtes omwonenden en/of omwerkenden (*n* = 441)

	Interventiegemeenten (*n* = 218)		Vergelijkingsgemeenten (*n* = 223)	
	n	**%**	***n***	**%**
Man	114	52%	111	50%
Vrouw	100	46%	111	50%
Anders	4	2%	1	0%

Tabel 2.8 Type respondenten enquêtes omwonenden en/of omwerkenden (*n* = 441), meerdere antwoorden mogelijk

	Interventiegemeenten (*n* = 218)			Vergelijkingsgemeenten (*n* = 223)		
	n	**%**	**Gemiddelde woon- en/of werktijd**	***n***	**%**	**Gemiddelde woon- en/of werktijd**
Bewoner	129	59%	13,9 jaar[11]	126	57%	13,8 jaar[12]
Ondernemer	56	26%	10,5 jaar[13]	54	24%	10,3 jaar[14]
Medewerker	42	19%	9,5 jaar[15]	59	27%	10,2 jaar[16]

11 De bewoner die het kortst in de buurt woont, is hier enkele dagen geleden komen wonen. De respondent die het langst in de buurt woont, woont hier 65 jaar (*n* = 127).

12 De bewoner die het kortst in de buurt woont, is hier enkele dagen geleden komen wonen. De respondent die het langst in de buurt woont, woont hier 75 jaar (*n* = 111).

13 De ondernemer die het kortst in de buurt werkt, is hier 1 jaar geleden komen werken. De respondent die het langst in de buurt werkt, werkt hier 40 jaar (*n* = 55).

14 De ondernemer die het kortst in de buurt werkt, is hier enkele maanden geleden komen werken. De respondent die het langst in de buurt werkt, werkt hier 60 jaar (*n* = 49).

15 De medewerker die het kortst in de buurt werkt, is hier enkele weken geleden komen werken. De respondent die het langst in de buurt werkt, werkt hier 32 jaar (*n* = 41).

16 De medewerker die het kortst in de buurt werkt, is hier enkele dagen geleden komen werken. De respondent die het langst in de buurt werkt, werkt hier 35 jaar (*n* = 51).

2.8 Online-enquête over de illegale markt

Om meer inzicht te krijgen in de illegale markt voor cannabis, wordt gebruikgemaakt van een online-enquête. Met behulp van dit instrument kunnen consumenten via een online platform anoniem informatie geven over hun recente cannabistransacties. Hierdoor verzamelen we gegevens op transactieniveau over aankoopbedrag, kwaliteit en locatie van aankoop. In het rapport over de voormeting (Mennes et al., 2023a) wordt een uitgebreide toelichting over de selectie van deze methode gegeven. In dit rapport lichten we deze methodiek en enkele wijzigingen in de aanpak nogmaals kort toe.

Steekproeftrekking

Bij deze methode wordt gebruikgemaakt van een 'convenience-steekproef', waarbij respondenten geworven worden op basis van zelfselectie. Gedurende de looptijd van het experiment kunnen ze de enquête openen en vragen over een specifieke aankoop van cannabis beantwoorden. Hiermee verzamelen we gegevens over dergelijke aankopen over de gehele looptijd, ook buiten het reguliere veldwerk voor de nul- en vervolgmetingen.

Voor dit rapport zijn voor de nulmeting antwoorden geworven tussen 1 september 2022 en 14 december 2023 (de dag voor de start van de aanloopfase) en voor de eerste vervolgmeting zijn antwoorden geworven tussen 7 april 2025 (de start van de experimenteerfase) en 31 december 2025. Daarmee is ten behoeve van een grotere steekproef, en daarmee de statistische power, de nulmeting enigszins uitgebreid ten opzichte van die gepubliceerd in het rapport over de nulmeting (Mennes et al. 2024).

Werving van respondenten

Respondenten voor de enquête zijn geworven met behulp van advertenties op socialemediaplatforms zoals Facebook en Instagram. De wervingsmethode is toegelicht in het rapport over de nulmeting (Mennes et al., 2024).

De advertenties op sociale media zijn gericht op specifieke voor dit onderzoek relevante doelgroepen, zoals gebruikers in de interventie- en vergelijkingsgemeenten en groepen met eigenschappen en voorkeuren die mogelijk samenhangen met cannabisgebruik. Aangezien het niet mogelijk was om cannabisconsumptie als voorkeur te selecteren voor de advertentiecampagne, hebben wij gekozen voor levensstijlkenmerken, zoals muziekfestivals en tabak en alcohol. Omdat de werving voor de verschillende categorieën geleidelijk afnam, hebben we vanaf 20 oktober 2025 categorieën gericht op street fashion, eten bestellen en onlinecommunity toegevoegd. Deze laatste categorie is een label – op het Meta-advertentieplatform voor gebruikers die bovengemiddeld vaak interacteren met onlinegroepen, fora, communitypagina's of communitygedreven content. Daarnaast zijn aangepaste advertenties gericht op gebruikers die al eerder een advertentie onder ogen hebben gekregen, de zogenoemde *remarketing*. Tabel 2.9 geeft enkele eigenschappen weer van de werving via sociale media en de resultaten omtrent het bereik en het aantal keer dat is doorgeklikt naar de online-enquête.

Tabel 2.9 Overzicht van de resultaten van de werving via sociale media voor de nulmeting T_0 (1 september 2022 – 14 december 2023) en de eerste vervolgmeting T_1 (7 april 2025 – 31 december 2025)

Meting	Eigenschappen van de advertentie	Bereik*	Unieke indrukken**	Aantal clicks
T_0	Alcohol & Sigaretten	216.736	402.679	2.540
	Games & Films	289.633	479.929	8.025
	Muziekgenres, Festivals & Studenten	204.762	427.503	4.328
	Street fashion, Eten bestellen, Onlinecommunity	0	0	0
	Remarketing	19.001	175.588	2.002
	Totaal T_0	**730.132**	**1.485.699**	**16.895**
T_1	Alcohol & Sigaretten	107.512	179.414	2.117
	Games & Films	161.908	280.939	4.062
	Muziekgenres, Festivals & Studenten	108.301	173.767	2.409
	Street fashion, Eten bestellen, Onlinecommunity	55.605	92.683	1.696
	Remarketing	9.059	69.536	818
	Totaal T_1	**442.385**	**796.339**	**11.102**

** Bereik is een indicatie van het aantal mensen dat de advertentie heeft gezien. Dit getal schat Meta op basis van het gemiddelde aantal dagelijkse (DAU) en maandelijkse (MAU) Facebook- en Instagramgebruikers die aan de gespecificeerde kenmerken en criteria voldoen.*

*** Unieke indrukken heeft betrekking op het aantal keren dat de advertentie op het scherm van een platformgebruiker is verschenen.*

Omdat vanuit privacyoverwegingen niet naar persoonsgegevens van de respondenten werd gevraagd, hebben wij geen informatie over de demografische kenmerken van de respondenten in de resulterende steekproef. Wel hebben wij deze informatie over de socialemediagebruikers die de advertentie hebben aangeklikt. Hoewel niet bekend is of zij vervolgens de enquête ook hebben ingevuld, geeft dit een grove indicatie van de steekproefkenmerken. Ten opzichte van de nulmeting, waarin relatief veel jongeren tussen 18 en 24 jaar (37%) vertegenwoordigd waren, is de werving onder deze doelgroep in de eerste vervolgmeting aanzienlijk afgenomen (17%). In alle andere leeftijdsgroepen is deze licht gestegen. De demografische kenmerken zijn te zien in Tabel 2.10.

Tabel 2.10 Demografische eigenschappen van de doelgroepen die de advertentie hebben aangeklikt voor de nulmeting T_0 (1 september 2022 – 14 december 2023) en de eerste vervolgmeting T_1 (7 april 2025 – 31 december 2025)

	Leeftijdgroep	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Totaal	%
T_0	Vrouw	1.653	767	560	761	724	4.464	26%
	Man	4.360	2.823	1.789	1.805	1.319	12.096	72%
	Onbekend	227	68	18	13	8	334	2%
	Totaal	**6.240**	**3658**	**2.367**	**2.579**	**2.051**	**16.895**	**100%**
	%	**37%**	**22%**	**14%**	**15%**	**12%**	**100%**	
T_1	Vrouw	287	457	557	593	649	2.543	23%
	Man	1.510	2.484	1.805	1.487	1.075	8.361	75%
	Onbekend	47	85	27	21	18	198	2%
	Totaal	**1.844**	**3.026**	**2.389**	**2.101**	**1.742**	**11.102**	**100%**
	%	**17%**	**27%**	**22%**	**19%**	**16%**	**100%**	

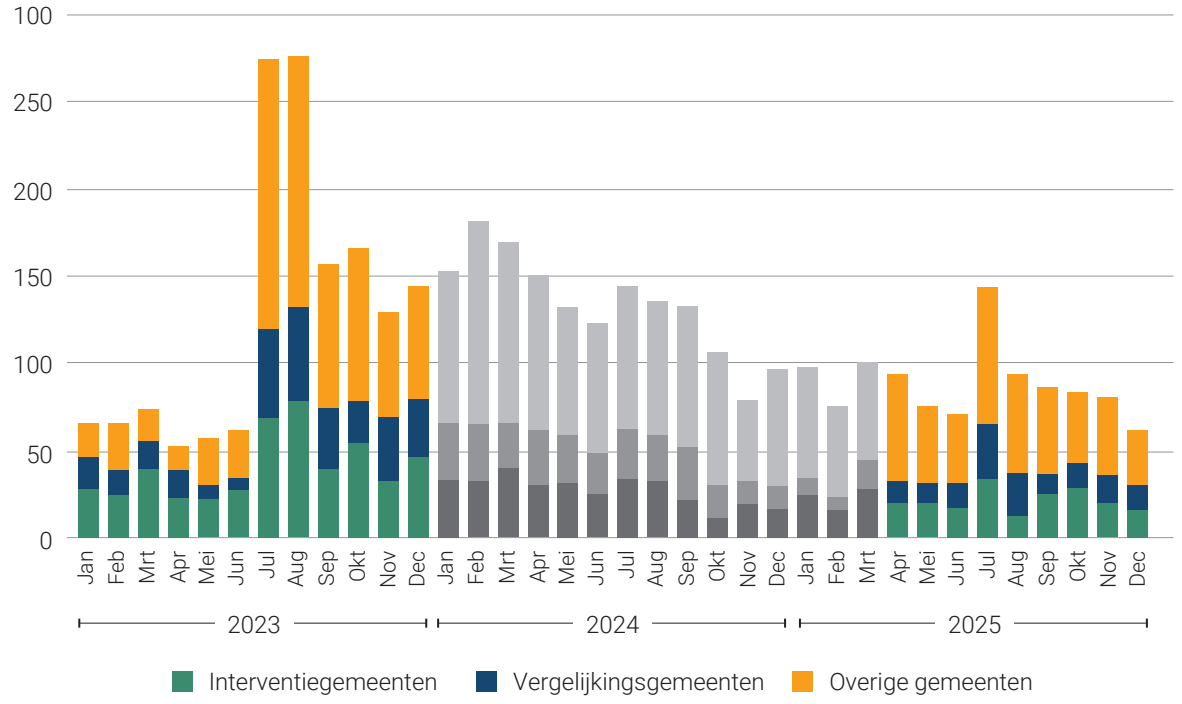
Vragenlijst

We hebben dezelfde kernvragenlijst gebruikt als tijdens de nulmeting. Een toelichting over de vragenlijst wordt gegeven in de rapportage over de nulmeting (Mennes et al. 2024).

Steekproefeigenschappen

Figuur 2.4 geeft een overzicht van de maandelijkse respons op de onlinesurvey voor cannabisaankopen buiten de coffeeshop in de maand voorafgaand aan het invulmoment, voor zowel de nulmeting (T_0) als de eerste vervolgmeting (T_1). Tabel 2.11 geeft de totale steekproef weer, verdeeld over de twintig onderzoeksgemeenten: 472 in interventie- en 195 in vergelijkingsgemeenten tijdens de nulmeting en 291 in interventie- en 147 in vergelijkingsgemeenten tijdens de periode van de eerste vervolgmeting. Hoewel de werving met behulp van de socialemedia-advertenties specifiek gericht is op transacties in de twintig onderzoeksgemeenten, komen er ook veel responses uit overige gemeenten (T_0: n = 472; T_1: n = 195) binnen. Deze observaties kunnen tezamen met die uit de vergelijkingsgemeenten nuttige informatie bevatten over algemene ontwikkelingen buiten de interventiegemeenten, maar worden in principe niet gebruikt voor de vergelijking tussen de twee groepen.

Figuur 2.4 Maandelijkse respons gedurende de periode van de nulmeting T_0 (1 januari 2023 tot en met 14 december 2023) en de eerste vervolgmeting T_1 (7 april 2025 tot en met 31 december 2025)



Tabel 2.11 Respons per onderzoeksgemeente voor de nulmeting en de eerste vervolgmeting

	Nulmeting (T_0)		Eerste vervolgmeting (T_1)	
	n	**%**	***n***	**%**
Interventiegemeenten				
Almere	69	15	27	14
Arnhem	61	13	29	15
Breda	20	4	17	9
Groningen	115	24	35	18
Heerlen	63	13	15	8
Voorne aan Zee	8	2	2	1
Maastricht	36	8	11	6
Nijmegen	39	8	27	14
Tilburg	51	11	26	13
Zaanstad	10	2	6	3
Totaal in interventiegemeenten	**472**	**100**	**195**	**100**

	Nulmeting (T_0)		Eerste vervolgmeting (T_1)	
	n	%	*n*	%
Vergelijkingsgemeenten				
Enschede	49	17	22	15
Haarlem	41	14	18	12.2
Helmond	29	10	5	3.4
Leeuwarden	29	10	15	10.2
Leiden	25	9	13	8.8
Lelystad	15	5	11	7.5
Roermond	21	7	8	5.4
Tiel	6	2	7	4.8
Utrecht	58	20	43	29.3
Zutphen	18	6	5	3.4
Totaal in vergelijkingsgemeenten	**291**	**100**	**147**	**100**
Totaal onderzoeksgemeenten	**763**		**342**	
Totaal overige gemeenten	**472**		**195**	

2.9 Analyse van gegevens uit politieregistratiegegevens

Voor het monitoren van ontwikkelingen op het gebied van openbare orde, veiligheid en criminaliteit is gebruikgemaakt van geanonimiseerde gegevens uit het registratiesysteem Basisvoorziening Handhaving (BVH) van de politie.
Voor het onderzoek zijn maandelijkse frequenties geanalyseerd van de relevante standaardclassificaties van incidenten en misdrijven, zogeheten maatschappelijke klassen (MK's). In de analyses zijn incidenten met betrekking tot geweldsdelicten, diefstallen, drugsbezit en drugshandel opgenomen (zie Bijlage 2). De gegevens zijn geleverd voor alle Nederlandse gemeenten, met specifieke indelingen naar interventiegemeenten, vergelijkingsgemeenten, aangrenzende gemeenten, teeltgemeenten en overige gemeenten. Daarnaast zijn gegevens op wijk en buurtniveau betrokken rondom coffeeshop en teeltlocaties.

De analyses richten zich op het vergelijken van trends over de tijd binnen de groepen interventie- en vergelijkingsgemeenten. De geografische koppeling van incidenten aan locaties is uitgevoerd door politieanalisten, die enkel aangeven of een incident binnen vooraf afgebakende cirkels rond relevante locaties valt. Alle gegevens zijn geanonimiseerd aangeleverd en voldoen aan de principes van dataminimalisatie; persoonsgegevens of herleidbare informatie zijn niet verstrekt.

2.10 Analysetechnieken

Difference-in-differences-analyse (DiD)

Voor de enquêtes onder coffeeshopbezoekers, de politieregistraties en de online-enquête

Tabel 2.12 Difference-in-differencesberekening gebruikt in de analyses voor dit rapport

	Nulmeting (T_0)	1e Vervolgmeting (T_1)	Verschil
Vergelijkingsgemeenten	A	B	$B - A$
Interventiegemeenten	C	D	$D - C$
Verschil	$C - A$	$D - B$	$(D - B) - (C - A)$

over de illegale markt zijn bij het analyseren van de ontwikkelingen binnen de groepen difference-in-differences-analyses uitgevoerd. Een difference-in-differences-analyse is een statistische methode waarmee kan worden vastgesteld in hoeverre een interventie ertoe leidt dat de ontwikkeling in de interventiegemeenten anders verloopt dan in de vergelijkingsgemeenten. In ons onderzoek betreft dit de interventiegemeenten (experimentele groep) waar het cannabisexperiment wordt uitgevoerd, vergeleken met de vergelijkingsgemeenten (controlegroep) waar geen interventie plaatsvindt. Daarbij wordt gekeken naar verschillen in ontwikkelingen op meerdere meetmomenten. Om verstorende invloeden van verschillen in populatiesamenstelling te beperken, is in deze analyses gecorrigeerd voor leeftijd, geslacht en opleidingsniveau. Hierdoor wordt het geschatte effect van de interventie minder beïnvloed door demografische verschillen tussen de groepen en kan de ontwikkeling binnen de interventiegemeenten beter worden onderscheiden van algemene trends.

De algemene opzet van deze methode wordt uiteengezet in Tabel 2.12.

De cel rechtsonder is de difference-in-differences-schatter (DiD-schatter). Deze cel kan ook worden berekend als $(D - C) - (B - A)$ en staat voor het geschatte verschil in ontwikkeling tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten. Vervolgens nemen we deze DiD-schatter en delen deze door het aandeel in de cel Interventiegemeenten bij nulmeting (C) om een beter interpreteerbare DiD-schatter te verkrijgen: de relatieve verandering in de uitkomst ten opzichte van de schatting van de interventie bij de basislijn. Dit wordt vervolgens vermenigvuldigd met 100 om de relatieve verandering in procenten te verkrijgen.

Descriptieve analyse

Het uitvoeren van een dergelijke analyse bleek niet passend voor de leefbaarheidsonderzoeken rondom coffeeshops, vanwege de lagere aantallen en de meer beschrijvende aard van deze enquêtes. Bovendien is het niet voor alle variabelen nodig om het relatieve verschil tussen de experimentele groep en de controlegroep aan te tonen. Vaak is het voldoende om de trends in de twee groepen ten opzichte van de nulmeting te schetsen. In die gevallen is ervoor gekozen om een meer kwalitatieve, descriptieve, vergelijking te maken tussen de veelal open antwoorden in de nul- en eerste vervolgmeting.

Thematische analyse

De interviews met betrokkenen uit de geselecteerde coffeeshopketens zijn thematisch geanalyseerd. Bij thematische analyse wordt systematisch gezocht naar terugkerende patronen en betekenisvolle

onderwerpen in de interviewdata. De analyse bestond uit het coderen van uitspraken van respondenten, het groeperen van deze codes tot bredere thema's en het vervolgens verfijnen en interpreteren van deze thema's. In dit onderzoek is daarbij specifiek gekeken naar onderwerpen die consistent terugkeerden in gesprekken met verschillende actoren binnen de keten, zoals coffeeshophouders, gemeentelijke beleidsmedewerkers, toezichthouders en andere lokale betrokkenen. Voor de thematische analyse is gebruikgemaakt van software voor het labelen en structureren van tekstfragmenten uit de interviews.

Voor de analyse van de data is gebruikgemaakt van verschillende vormen van technische ondersteuning. Voor de thematische analyses is een applicatie gebruikt waarmee labels konden worden toegekend aan de antwoorden van respondenten. De statistische analyses voor de enquête onder coffeeshopbezoekers over tevredenheid en koop- en bezoekgedrag, evenals de leefbaarheidsonderzoeken in de omgeving van coffeeshops, zijn uitgevoerd met SPSS. De menukaartanalyse en het deel van de enquête onder coffeeshopbezoekers over gezondheidseffecten zijn uitgevoerd met R (RStudio 2025.05.1) voor Windows.

2.11 Methodologische beperkingen

In het onderzoek zijn enkele beperkingen verbonden aan de toegepaste methoden. Waar mogelijk is in de onderzoeksopzet en analyse rekening gehouden met deze aandachtspunten:

- Bij een difference-in-differences-analyse wordt verondersteld dat interventie- en vergelijkingsgemeenten zich zonder interventie volgens een vergelijkbare trend zouden hebben ontwikkeld (de parallelle trends-aanname). Deze aanname kan niet volledig worden gegarandeerd. Om dit te beperken is gecorrigeerd voor leeftijd, geslacht en opleidingsniveau en zijn de analyses uitgevoerd met zorgvuldig geselecteerde vergelijkingsgemeenten.
- Bij de bezoekersenquête moet rekening worden gehouden met een mogelijke vertekening in de representativiteit van de steekproef, doordat metingen vooral op doordeweekse dagen zijn uitgevoerd. Om deze beperking te verzachten is gewerkt met meerdere momenten en locaties en zijn de resultaten geïnterpreteerd met aandacht voor mogelijke verschillen tussen doordeweekse en weekendbezoekers.
- Voor het leefbaarheidsonderzoek, waar een kwalitatieve vergelijking is gemaakt vanwege kleine aantallen en een beschrijvende vragenlijst, zijn geen statistische uitspraken mogelijk. Door systematisch te vergelijken tussen nul- en vervolgmeting en patronen te identificeren in de open antwoorden is getracht ontwikkelingen zo zorgvuldig mogelijk te duiden.
- De thematische analyse van interviews brengt een zekere mate van interpretatie door onderzoekers met zich mee. Om de invloed hiervan te beperken is gewerkt met een gestructureerde coderingsaanpak en consistente toepassing van codes binnen het onderzoeksteam.
- De dataverzameling is gebaseerd op momentopnames en vrijwillige deelname, waardoor tussentijdse veranderingen of selectieve respons invloed kunnen hebben op de representativiteit. Dit is ondervangen door meerdere meetmomenten te gebruiken en resultaten voorzichtig te interpreteren in relatie tot bekende contextuele ontwikkelingen.
- De verwerking van data met verschillende analysetools en het handmatig coderen van open antwoorden kan leiden tot variatie

in systematiek. Om dit te beperken zijn vaste analysemethoden, versiebeheer en onderlinge afstemming binnen het team gehanteerd.

- De generaliseerbaarheid van de resultaten is beperkt doordat deze sterk contextgebonden zijn aan het cannabisexperiment en de deelnemende gemeenten. Daarom worden de bevindingen primair gepresenteerd als inzicht in ontwikkelingen binnen deze specifieke context, zonder aannames over bredere toepasbaarheid.

3 Lokale ervaringen met de gesloten keten

Kernpunten van dit hoofdstuk

- **De meeste betrokkenen beoordelen de geslotenheid van de keten als positief.**
  De gesloten keten heeft volgens gemeenten, telers en coffeeshops geleid tot constructieve samenwerking, beter inzicht in herkomst en kwaliteit van producten, formelere werkprocessen en een stabiele openbare orde in de deelnemende gemeenten.
- **Hoewel het experiment overwegend positief wordt beoordeeld, ervaren de meeste betrokkenen diverse knelpunten in het aanbod en de marktdynamiek.**
  Met name in de startfase was sprake van schaarste en beperkte diversiteit van het gereguleerde aanbod, vooral bij hasj, wat leidde tot onrust bij coffeeshops en zorgen over mogelijke uitwijk naar de illegale markt. Deze knelpunten worden vooral aan de introductiefase gekoppeld en zouden volgens betrokkenen geleidelijk afnemen.
- **De meeste betrokkenen signaleren onduidelijkheden in regelgeving, verantwoordelijkheden en toezicht.**
  Open normen rond onder meer monsterneming, edibles en afficheringvragen in de praktijk om interpretatie, wat leidt tot verschillen in uitvoering en onzekerheid bij gecontroleerde partijen. Ook ervaren gemeenten en ketenpartners beperkingen in hun instrumentarium om effectief op te treden bij structurele knelpunten of veiligheidsrisico's.
- **Track-and-trace is volgens de meeste betrokkenen essentieel voor de geslotenheid van de keten, maar wordt als administratief belastend ervaren.**
  Alle ketenpartners vinden het track and tracesysteem noodzakelijk voor de transparantie en het toezicht, maar ervaren het systeem vooral in de beginfase als storingsgevoelig, complex en administratief belastend. Inmiddels zijn veel van deze aanloopproblemen verholpen en is een koppeling met kassasystemen mogelijk gemaakt.
- **Toezicht uitvoerbaar, maar regelgeving en verantwoordelijkheden zijn niet altijd duidelijk.**
  Toezichthouders geven aan dat het toezicht op telers, kwaliteit en verpakking in de praktijk werkbaar is, maar wijzen op open normen (bijvoorbeeld monsterneming, edibles, afficheringen) en risico's op strategische registratie. Een eventuele opschaling van het experiment vraagt om verdere normering en herinrichting van toezicht. Gemeenten en toezichthouders ervaren daarnaast beperkingen in hun instrumentarium om effectief op te treden bij structurele knelpunten of veiligheidsrisico's.
- **Er bestaan zorgen over de volksgezondheid, vooral bij sterke producten en edibles.**
  Gemeenten en preventiepartners signaleren zorgen over hoge THC-gehalten, met

name in vapes, edibles en concentraten, en over de begrijpelijkheid en duiding van productinformatie voor gebruikers. Er zijn (nog) geen duidelijke signalen van toegenomen gezondheidsincidenten, maar er is wel een behoefte aan duidelijkere landelijke normstelling.

- **Structurele onzekerheid belemmert toekomstgericht handelen.** Telers, coffeeshops en gemeenten benadrukken dat onduidelijkheid over opschaling, duur en vervolg van het experiment investeringen, innovatie en samenwerking onder druk zet. Breed leeft de wens voor duidelijkheid, structureel overleg en een stabieler beleidskader.

In dit hoofdstuk presenteren we de bevindingen die voortvloeien uit de interviews die gehouden zijn voor de eerste vervolgmeting voor het onderzoek naar het Experiment gesloten coffeeshopketen. Deze verkenning is gebaseerd op een reeks diepte-interviews met een brede groep betrokkenen uit alle schakels in de keten. Om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen van de werking van het experiment in de praktijk, zijn gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van deelnemende gemeenten, toezichthoudende en handhavende instanties, telers, transportpartijen en coffeeshophouders. Daarmee willen we inzicht geven in de ervaringen, knelpunten en waargenomen veranderingen sinds de start van het experiment.

Het Experiment gesloten coffeeshopketen kent een gesloten en gecontroleerde structuur waarin alle stappen van productie tot verkoop binnen een afgebakend systeem plaatsvinden. De keten bestaat uit vier hoofdonderdelen: productie, transport, verkoop en toezicht. Elke stap kent specifieke verantwoordelijkheden voor de betrokken partijen:

- *Productie (telers):* De aangewezen telers zijn verantwoordelijk voor de productie van cannabis binnen de voorwaarden van het experiment. Dit omvat de inrichting van de teeltlocatie, de uitvoering van teeltprocessen, de kwaliteitsborging en de administratieve registratie van geproduceerde batches. De teler levert uitsluitend aan coffeeshops die aan het experiment deelnemen.
- *Transport (vervoerders):* Gecertificeerde transportpartijen verzorgen het vervoer van cannabis van de teler naar de coffeeshop. Zij zijn verantwoordelijk voor de uitvoering van transportbewegingen volgens de logistieke, veiligheids- en registratievereisten binnen het experiment. Transport vindt alleen plaats tussen partijen die onderdeel zijn van de gesloten keten.
- *Verkoop (coffeeshops):* De deelnemende coffeeshops nemen producten uitsluitend af van de telers binnen het experiment en verkopen deze aan consumenten. Zij registreren de inkoop en verkoop volgens de vastgestelde regels en zorgen dat alleen producten uit de experimentele keten worden verkocht.
- *Toezicht en handhaving (overheidsinstanties):* Verschillende overheidsinstanties houden toezicht op de naleving van de regels binnen de keten of dragen daar technologisch aan bij. Dit omvat onder meer toezicht op teelt, transport, kwaliteit, administratie en verkoop. Zij controleren ook of de wettelijke voorwaarden correct worden toegepast en of de keten volledig gesloten functioneert.

Figuur 3.1 laat zien op welke momenten de interviews zijn gehouden met verschillende actoren in de coffeeshopketen. Deze tijdlijn is van belang voor de interpretatie van de bevindingen: coffeeshopexploitanten zijn bijvoorbeeld eerder geïnterviewd, van

Figuur 3.1 Tijdlijn interviews onderzoek EGC



september tot en met november 2025, terwijl toezichthouders pas in 2026 aan bod kwamen.

Tijdens de interviews is steeds gevraagd naar ontwikkelingen in processen, samenwerking, toezicht en de dagelijkse praktijk binnen elk onderdeel van de keten. Door deze gesprekken op verschillende momenten in het experiment uit te voeren, ontstaat een rijk beeld van hoe de gesloten coffeeshopketen zich in de praktijk ontwikkelt.

3.1 Ervaringen van gemeentelijke stakeholders

Binnen het Experiment gesloten coffeeshopketen hebben gemeenten een specifieke rol in de uitvoering en organisatie van het experiment. Zij maken formeel geen deel uit van de productieketen, maar zijn verantwoordelijk voor het lokale kader waarbinnen de keten opereert. Hun taken liggen vooral op het gebied van vergunningverlening, lokale handhaving en monitoring:

- **Vergunningverlening en lokale voorwaarden:** Gemeenten verstrekken de exploitatievergunningen aan coffeeshops en zien erop toe dat deze binnen de experimentele regels functioneren. Gemeenten bepalen ook lokale beleidskaders, zoals openingstijden en vestigingslocaties.
- **Toezicht op coffeeshops in de lokale context:** Gemeenten houden toezicht op de naleving van lokale beleidsregels door de deelnemende coffeeshops, waaronder het naleven van verkoopvoorwaarden, gedragsregels en de administratie die binnen de gemeentegrenzen relevant zijn.
- **Samenwerking met politie en toezichthouders:** Gemeenten stemmen af met politie, OM en toezichthoudende instanties over de uitvoering van het experiment, waaronder veiligheidsaspecten rond verkooplocaties en lokale openbare orde.
- **Monitoring en signalering:** Binnen de gemeentelijke taakopvatting vallen het volgen van ontwikkelingen rond coffeeshops, het signaleren van knelpunten in de uitvoering van het experiment en het doorgeleiden van relevante informatie naar betrokken rijksinstanties. Gemeenten bewaken daarmee de samenhang tussen lokale praktijk en de kaders van het experiment.

De gesprekken met gemeentelijke stakeholders uit de interventiegemeenten laten zien dat zij sinds de start van het Experiment

gesloten coffeeshopketen een breed scala aan ontwikkelingen hebben waargenomen. Gemeenten beoordelen het experiment gemiddeld met een voldoende (gemiddeld een 6,5[17]). Zij ervaren positieve effecten zoals minder zichtbare straathandel, een goede samenwerking met coffeeshops en meer transparantie in de keten. Tegelijkertijd noemen gemeenten verschillende knelpunten, risico's en structurele aandachtspunten die in de uitvoering naar voren komen, waaronder beperkte beschikbaarheid van producten, onduidelijkheid in verantwoordelijkheden van stakeholders en uitvoerbaarheid van de wet- en regelgeving.

De onderstaande thema's zijn geordend naar zowel hun inhoudelijke gewicht als de frequentie waarmee zij in de interviews in de interventiegemeenten zijn genoemd. Daarmee ontstaat een overzicht van de onderwerpen die voor de gemeenten die deelnemen aan het experiment, het meest prominent zijn in de huidige fase. Per thema wordt vervolgens beschreven wat hierover in de vergelijkingsgemeenten is gezegd.

Marktdynamiek en productbeschikbaarheid

In de interventiegemeenten signaleren stakeholders dat schaarste aan producten, vooral hasj en populaire producten ('hardlopers'), de markt vanaf de start van de experimenteerfase onder druk heeft gezet. Deze beperkte beschikbaarheid leidde tot ongelijkheid van de inkoop van producten tussen coffeeshops, onrust onder coffeeshopbezoekers en risico's op terugval van coffeeshopbezoekers naar illegale aanbieders. Gemeenten koppelen dit aan beperkte telercapaciteit, vertraagde opschaling en selectieve bevoorrading.

Daarnaast constateren stakeholders dat er partijen actief zijn die zich positioneren tussen telers en coffeeshops en feitelijk invloed uitoefenen op de verdeling van het gereguleerde aanbod. Deze partijen lijken de toegang tot bepaalde producten te sturen, bijvoorbeeld door te werken met lidmaatschapsconstructies die bepalen welke coffeeshops toegang krijgen tot specifieke (schaarse of populaire) producten. Volgens stakeholders kan dit ertoe leiden dat niet alle coffeeshops in gelijke mate toegang hebben tot het beschikbare assortiment, waardoor verschillen in productaanbod ontstaan die niet uitsluitend terug te voeren zijn op telercapaciteit of productiebeperkingen.

Verder hebben gemeenten signalen opgevangen dat de kwaliteit en variëteit van legale hasj achterblijven bij de vraag. Dit zou extra druk op de keten kunnen zetten en mogelijk bijdragen aan uitwijkgedrag naar illegale aanbieders. Stakeholders geven aan dat de schaarste aan producten en de beperkte kwaliteit en variëteit van gereguleerde hasj vooral speelden in de beginfase van de experimenteerfase en de introductie van de legale hasj. Volgens hen zal deze situatie geleidelijk verbeteren.

In de vergelijkingsgemeenten wordt een veel stabielere marktdynamiek beschreven. Coffeeshops melden geen schaarste, geen beïnvloeding van het aanbod door telers en geen verstoringen in de productstroom. Productbeschikbaarheid wordt als voldoende en voorspelbaar gezien. Er zijn geen aanwijzingen dat bezoekers massaal overstappen naar interventiegemeenten; hooguit sporadische nieuwsgierigheid wordt genoemd. De achterdeurproblematiek blijft bestaan, maar wordt niet gekoppeld aan recente wijzigingen in vraag of aanbod.

17 Het laagste cijfer is een 5, het hoogste cijfer een 7,5.

Marktdruk ontstaat vooral door lokale factoren zoals vergrijzing van ondernemers, mogelijke sluiting van coffeeshops en onzekerheid over opvolging. Nieuwe producten zoals synthetische varianten en sterke THC-extracten worden gesignaleerd, maar niet als effect van het experiment. Beleidswijzigingen worden bewust uitgesteld in afwachting van landelijke duidelijkheid.

Volksgezondheid en productrisico's

Gemeenten en preventiepartners noemen hoge THC-gehalten in sommige producten, vooral vapes, edibles en concentraten (zoals rosin), als belangrijk aandachtspunt. Door het ontbreken van THC-limieten wordt er steeds vaker gevraagd naar deze sterke producten. Vooral onder jongvolwassen (18–25 jaar) neemt de belangstelling toe. Daarnaast bestaan er zorgen over edibles, omdat de dosering en inwerkingstijd variëren. Hierdoor kan het voor gebruikers moeilijker zijn om hun inname goed te doseren en wordt het risico op overconsumptie genoemd.

In de vergelijkingsgemeenten wordt een relatief stabiel beeld geschetst. Er zijn geen signalen van toegenomen gebruik, een toename in het aantal bezoekers of verstoring van de openbare orde. Rioolwateronderzoek wijst zelfs op een lichte daling. Gemeenten blijven zich, los van het experiment, vooral richten op preventie van gebruik door jongeren. Sterke producten, zoals vapes en concentraten, worden erkend als risico's, maar niet gezien als een gevolg van de veranderde marktdynamiek. Edibles komen minder prominent voor in het assortiment van vergelijkingsgemeenten. Preventieprogramma's van GGD, scholen en jongerenwerk lopen door zoals gebruikelijk en worden niet beïnvloed door ontwikkelingen in de experimenteergemeenten.

Uitvoerbaarheid, regelgeving en toezicht

De uitvoeringspraktijk wordt volgens interventiegemeenten bemoeilijkt door juridische onduidelijkheden. Dit betreft onder meer het interpreteren van overtredingen, geuroverlast bij telers, de rolverdeling tussen Rijks- en lokale toezichthouders en de mogelijkheden om op te treden bij stelselmatige knelpunten. Het track-and-tracesysteem wordt door telers en coffeeshophouders als storingsgevoelig ervaren en sluit technisch niet altijd goed aan op kassasystemen. Dit leidt tot dubbele administratie en tot onduidelijkheid bij inconsistenties tijdens controles. Binnenstedelijke coffeeshops hebben vaak beperkte opslagruimte, waardoor een strikte toepassing van de weekvoorraadregel lastig is. Gemeenten hanteren daarom een pragmatische werkwijze. Zo wordt bijvoorbeeld een toegestane afwijking van 5% van de weekvoorraad gehanteerd of wordt de voorraad beoordeeld in verhouding tot de omzet. Daarnaast zijn er gemeenten die niet vooraf een exact maximum voor de weekvoorraad per coffeeshop vaststellen. In plaats daarvan wordt soms gewerkt met een gemiddelde weekvoorraad, of wordt van coffeeshops verwacht dat zij actief melding maken bij afwijkingen in de voorraad. De capaciteit voor toezicht en handhaving wordt op dit moment als toereikend gezien, maar kwetsbaar bij incidenten.

In de vergelijkingsgemeenten ligt de focus op lokale uitvoerbaarheid van het gedoogbeleid, zonder betrokkenheid bij het experiment. Gemeenten blijven kampen met klassieke knelpunten zoals de beperkte handelsvoorraad, onduidelijke rolverdeling tussen gemeente en politie en de afhankelijkheid van illegale bevoorrading. Verschillende gemeenten scherpen vergunningprocedures en

sanctiebeleid aan (bijvoorbeeld wachtlijsten, loting, strengere selectie). Door beperkte politiecapaciteit verschuift de controle steeds meer naar gemeentelijke handhaving. Handhaving blijft politiek gevoelig, omdat coffeeshops nodig worden geacht om straathandel te beperken.

Veiligheid, leefbaarheid en illegale markt

Stakeholders in interventiegemeenten geven aan dat straathandel niet zichtbaar is toegenomen, maar volgens hen vindt de handel grotendeels plaats via digitale kanalen zoals Telegram, Snapchat en bezorgservices. Deze verkoopkanalen zijn minder zichtbaar en daardoor moeilijker te monitoren. Enkele incidenten bij kwekerijen, zoals inbraken en een gewapende overval, hebben voor druk op de politie en omgeving gezorgd. Geuroverlast van telers vormt in een enkele gemeente een langdurig en bestuurlijk intensief dossier. Over het geheel genomen blijft de openbare orde stabiel, maar gemeenten hebben weinig bestuurlijke instrumenten om in te grijpen bij ernstige hinder of veiligheidsrisico's.

In de vergelijkingsgemeenten wordt de veiligheid als stabiel omschreven. Overlast rondom coffeeshops beperkt zich tot praktische kwesties zoals verkeer en parkeren. De achterdeurproblematiek blijft bestaan, maar er is geen zichtbare toename van gerelateerde criminaliteit. Ook hier wordt een verschuiving naar digitale handel waargenomen, los van het experiment. En ook hier is toezicht op deze verkoopkanalen lastiger vanwege de verminderde zichtbaarheid. Gemeenten erkennen dat verplaatsing van coffeeshops in theorie illegale handel kan beïnvloeden, maar zien hiervan geen concrete voorbeelden.

Governance en samenwerking

De samenwerking tussen interventiegemeenten en coffeeshops wordt als constructief en transparant omschreven. Coffeeshops werken mee aan controles, delen informatie en nemen deel aan overlegstructuren.

De samenwerking met de Rijksoverheid beoordelen de stakeholders verschillend. In de opstartfase van het experiment werd de samenwerking als erg positief ervaren, onder andere door de vaste overlegstructuren, korte lijntjes en eigenaarschap vanuit de ministeries. Stakeholders geven aan dat deze samenwerking sinds de experimenteerfase als minder positief wordt ervaren. Volgens hen worden signalen over knelpunten, zoals hoge THC-waardes (boven de 15%), schaarste, intermediërende partijen en track-and-traceproblemen, laat of onvoldoende opgepakt. Wisselingen in personeel leiden tot verlies van kennis en vertraging in besluitvorming. Politieke onzekerheid rond het experiment maakt vooruit plannen lastig.

In de vergelijkingsgemeenten wordt de samenwerking tussen gemeenten, coffeeshops en toezichthouders eveneens constructief genoemd. Overleggen verlopen soepel en coffeeshops werken regulier mee aan controles. Wel bestaat er vanuit gemeenten een wens voor regionale afstemming, omdat omliggende gemeenten vaak een nulbeleid hanteren, wat druk geeft op gemeenten met coffeeshops. Intern is expertise vaak geconcentreerd bij een kleine groep ambtenaren, wat efficiëntie oplevert, maar ook een kwetsbaarheid bij personeelswisselingen.

3.2 Ervaringen van telers en vervoerders

In deze paragraaf worden de eerste ervaringen beschreven van de telers en vervoerders die deelnemen aan het Experiment gesloten coffeeshopketen. Het doel van dit onderdeel is om een beeld te krijgen hoe deze partijen de opstart en uitvoering van hun werkzaamheden binnen het experiment ervaren. Voor dit deel van het onderzoek zijn gesprekken gevoerd

met vijf van de tien ingelote telers en met twee transportpartijen.

De interviews leveren een breed spectrum aan inzichten op. De ervaringen kunnen worden ondergebracht in acht categorieën:

- **Startfase en inrichting van de bedrijfsvoering:** uit de interviews blijkt dat de opstartfase voor telers intensief en tijdrovend was. De periode tussen loting en daadwerkelijke productie liep in veel gevallen langer uit dan vooraf verwacht. Telers geven aan dat dit vooral kwam door vergunningstrajecten (zoals Bibobprocedures), aanvullende documentatie en het inrichten van teeltlocaties volgens de voorwaarden van het experiment. Veel telers investeerden in gesloten kweekomgevingen, klimaatcellen en geurfilters. Zij deden dit zowel om aan de eisen te voldoen als om een voorspelbare productie te realiseren. In deze fase zochten telers veel contact met coffeeshops en gemeenten om wensen, logistiek en afzetmogelijkheden te verkennen. Hoewel er aanvankelijk enige terughoudendheid was bij coffeeshops, gaven telers aan dat de relaties door veel communicatie al snel werkbaar werden. Inmiddels zijn alle geïnterviewde telers operationeel.
- **Productie en productkwaliteit:** telers vertellen dat zij uiteenlopende productielijnen hebben ingericht, variërend van wiet tot hasj, voorgerolde joints en edibles. De productie van cannabis vindt volledig geprotocolleerd plaats; kwaliteitsmonsters worden naar erkende laboratoria gestuurd. Enkele telers geven aan dat de wet- en regelgeving voor de productie van edibles momenteel nog niet eenduidig is. Ook geven zij aan dat op verpakkingen vaak hogere THC-waardes worden vermeld dan in laboratoriumtesten worden teruggevonden. Anderzijds stellen telers dat uniforme teststandaarden de betrouwbaarheid en transparantie ten aanzien van de product-kwaliteit voor consumenten vergroten.
- **Administratie, registratie en toezicht*:*** de administratieve lasten vormen volgens de telers een belangrijk knelpunt. Volgens hen wordt het track-and-tracesysteem als noodzakelijk gezien, maar zou het administratieve proces efficiënter kunnen worden ingericht. In de interviews noemen zij vooral de verplichting om producten per gram van een unieke code te voorzien. Dit leidt volgens hen tot veel extra handelingen, verpakkingsstappen en registraties. Voor sommige telers gold dat zij vanwege de administratieve lasten extra personeel moesten inhuren. Het huidige track-and-tracesysteem kende voornamelijk bij de start van de experimenteerfase kinderziektes. Dit zat met name in de dubbele invoer, omdat koppelingen met interne systemen pas later mogelijk werden. De ervaringen met toezicht lopen uiteen. Sommige telers noemen het contact constructief, anderen geven aan dat antwoorden op vragen soms lang op zich laten wachten of dat regels niet altijd even duidelijk zijn. Dit geldt bijvoorbeeld bij etikettering of het toelaten van nieuwe productvormen. Telers benadrukken dat eenduidige en tijdige communicatie voor hen belangrijk is om processen efficiënt te kunnen blijven uitvoeren.
- **Afzetmarkten en marktontwikkeling:** uit de gesprekken met telers komt naar voren dat de afzetmarkt momenteel sterk wordt bepaald door vraagpatronen van coffeeshops. Coffeeshops bieden graag een breed assortiment aan en nemen het liefst af bij meerdere telers, wat ertoe leidt dat veel telers kleine volumes per soort leveren. Met name producten met een hoog THC-gehalte zijn populair bij

een groot deel van de klanten, vooral bij jongere bezoekers, wat ook de vraag van coffeeshops richting telers bepaalt. Volgens telers is er een ontwikkeling zichtbaar waarbij klanten hun keuzes in toenemende mate baseren op het THC-gehalte van producten en minder op de cannabissoort of andere werkzame stoffen dan THC. Volgens telers draagt de huidige nadruk op THC-percentages op verpakkingen bij aan deze verschuiving. Meerdere telers geven aan een voorkeur te hebben voor een alternatieve vorm van productinformatie, zoals een globale sterkte-indicatie van 'mild' tot 'sterk'. Doordat alle telers op dit moment operationeel zijn en steeds grotere hoeveelheden kunnen produceren, naderen zij momenteel een situatie van overproductie. Dit zorgt voor prijsdruk en groeiende voorraden bij telers. Tegelijkertijd blijven de vraag en het aanbod naar bepaalde producttypes, zoals hasj, achter. Telers verwachten dat uitbreiding naar meer gemeenten nodig is om de markt in balans te brengen.

- **Logistiek en ketensamenwerking:** in de interviews geven telers aan dat de logistiek inmiddels goed loopt, mede doordat zij veelal werken met vaste vervoerders. De samenwerking met transportpartijen wordt omschreven als intensief, maar effectief: vaste routes, een voorspelbare leverfrequentie en direct contact tussen chauffeurs en coffeeshops zorgen volgens telers voor een soepel proces. De relaties tussen telers en coffeeshops ontwikkelden zich gaandeweg. Telers beschrijven hoe zij in de beginfase veel tijd staken in het opbouwen van vertrouwen, onder andere via proeverijen, samples en regelmatige afstemming over assortiment en volumes. Hoewel telers onderling concurreren, geven ze ook aan dat zij kennis delen om de keten gezamenlijk draaiende te houden.
- **Veiligheid en beveiliging:** telers hebben hun locaties uitgebreid aangepast om te voldoen aan de veiligheidsvoorschriften van het experiment. Ze noemen onder meer toegangscontrole, camerasystemen en specifieke bouwkundige ingrepen. Coffeeshops hebben vergelijkbare maatregelen genomen. Transport verloopt via vaste protocollen en gecertificeerde voertuigen. Volgens telers verloopt de samenwerking met gemeenten, politie en andere toezichtpartijen op dit terrein over het algemeen goed. Een aantal telers geeft aan dat omwonenden in het begin zorgen hadden, maar dat deze met informatie en overleg zijn weggenomen. Structurele veiligheidsincidenten zijn volgens de geïnterviewde telers niet gemeld.
- **Financiële en organisatorische randvoorwaarden:** telers geven aan dat de financiële druk in de eerste fase hoog is. De investeringen in gebouwen, beveiliging, personeel, transport en kwaliteitscontroles zijn aanzienlijk. Ook onzekerheid rond regels voor nieuwe producten zoals edibles en vapes maakt dat telers voorzichtig zijn met investeringen.
  Tijdens de start van de experimenteerfase waren nog niet alle telers operationeel, inmiddels is dit wel het geval. Telers uiten hun zorgen dat er in de nabije toekomst overproductie zal ontstaan. Zij geven aan dat overproductie van wiet kan leiden tot meer productie van hasj en tot (sterke) prijsdalingen. Hierdoor speelt marktpositionering een grote rol: telers die inzetten op kwaliteit en exclusiviteit proberen zich anders te profileren dan telers die vooral concurreren op prijs. Daarnaast noemen telers het ontbreken van een (duidelijke) cao voor

teeltmedewerkers, voor pensioen en arbeidsvoorwaarden, als aandachtspunt.

- **Toekomstverwachtingen en ervaren knelpunten:** de geïnterviewde telers zien kansen voor de verdere ontwikkeling van het experiment, maar benadrukken dat dit afhankelijk is van een aantal structurele randvoorwaarden. Veelgenoemd zijn de behoefte aan een vast overlegmoment met de overheid, duidelijkheid over regelgeving en meer voorspelbaarheid over de afloop van het experiment. Een terugkerend thema is de verwachte overproductie als de keten niet wordt uitgebreid naar meer gemeenten. Telers benoemen dat er een risico is op uitval van teeltbedrijven als vraag en aanbod niet beter in balans worden gebracht. Ook is er behoefte aan duidelijkheid over de ruimte voor nieuwe productcategorieën en vereenvoudiging van administratieve verplichtingen.

Er is gesproken met twee vervoersbedrijven over hun voorlopige ervaringen met het experiment. Hoewel beperkt in aantal, leveren deze gesprekken relevante inzichten op over de logistieke uitvoering binnen de gesloten keten:

- Transportbedrijven geven aan dat zij werken met een eigen track-and-tracesysteem dat volgens hen goed en betrouwbaar functioneert. Tegelijkertijd signaleren vervoerders een kwetsbaarheid in de geslotenheid van de keten op het moment van aflevering van producten bij de coffeeshops. Het overbrengen van producten van het voertuig naar de coffeeshop vindt momenteel onbeveiligd plaats. Dit zorgt volgens vervoerders voor een verhoogd risico op overvallen. Daarnaast noemen vervoerders, met het oog op de toekomst, dat distributiecentra zouden bijdragen aan efficiëntere en beter geplande leveringen aan coffeeshops. Door de toename van de verkoop van edibles wijzen vervoerders bovendien op het belang van gekoeld transport als aandachtspunt voor de inrichting van de logistiek.

3.3 Ervaringen van coffeeshops

In deze paragraaf schetsen we de situatie in de interventiegemeenten aan de hand van een aantal thema's die de 35 coffeeshopexploitanten in de gesprekken hebben aangedragen. Per onderwerp behandelen we welke ervaringen en knelpunten de gesprekspartners naar voren brachten. Een voorwaarde voor opname van een onderwerp is dat deze in ten minste drie gesprekken naar voren is gekomen in verschillende gemeenten. Coffeeshophouders uit de vergelijkingsgemeenten geven doorgaans aan dat de situatie bij hen stabiel is, waarna zij vooral reflecteren op het experiment dat in de interventiegemeenten plaatsvindt. We geven steeds kort aan of en hoe de verhalen van de 19 coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten zich verhouden tot de bevindingen in de interventiegemeenten.

Veranderingen in de bedrijfsvoering

Exploitanten geven aan dat de overgang naar de gesloten keten hun dagelijkse werkwijze merkbaar heeft veranderd. In de gesprekken benoemen exploitanten verschillende onderwerpen die volgens hen een rol spelen in hun dagelijkse bedrijfsvoering:

- **Organisatorische en operationele aanpassingen:** Veel geïnterviewde exploitanten geven aan dat zij interne werkafspraken hebben aangescherpt, bijvoorbeeld rond inname, registratie en kassahandelingen. Vooral in de eerste maanden ging de overgang gepaard met vertraagde leveringen en extra afstemming tussen partijen. Dit is geleidelijk verbeterd naarmate alle partijen meer ervaring opdeden.

- **Track-and-trace- en ICT-systemen:** Ook exploitanten geven aan dat het nieuwe track-and-tracesysteem de nodige administratieve aandacht vraagt. Zij verwijzen naar het handmatig scannen van elke verpakking en melden ervaringen met storingen of niet-herkende codes. Volgens hen leidt dit soms tot dubbele registraties of later noodzakelijke correcties. Ook benoemen sommigen dat de koppeling met de huidige kassasystemen aanvankelijk niet beschikbaar was of niet naar verwachting werkte, waardoor handelingen in meerdere systemen nodig waren. Inmiddels lijkt deze koppeling wel mogelijk.
- **Voorraadbeheer en weekvoorraad:** Exploitanten geven aan dat het werken met een weekvoorraad een vooruitgang is, maar dat dit hun mogelijkheden om pieken in de vraag op te vangen beperkt. Zij koppelen dit vooral aan onzekerheden over het exacte levermoment en de beschikbaarheid van bepaalde producten. In de gesprekken wordt regelmatig genoemd dat populaire producten soms tijdelijk niet leverbaar zijn. Ook komt het soms voor dat bepaalde producten plotseling niet geleverd worden. Vooral net na de start van het experiment kwam dit vaker voor; dit is geleidelijk verbeterd.
- **Verpakkingen en productinformatie:** Over verpakkingen melden exploitanten dat de omvang en materiaalkeuze invloed hebben op de opslag, verwerking en afvalstroom binnen de coffeeshop. Zij geven aan dat verschillen in verpakkingsvormen en codeplaatsing gevolgen kunnen hebben voor de scanbaarheid en daarmee voor de administratieve verwerking. In de klantinteractie merken zij dat kopers vooral letten op (hoge) THC-percentages die op de zakjes staan vermeld. Volgens de geïnterviewden gaan bezoekers minder af op informatie over de producten die de coffeeshop verstrekt, zoals het terpeenprofiel.
- **Preventie en klantcommunicatie:** In meerdere interviews vertellen exploitanten dat zij personeel scholing aanbieden op thema's zoals het signaleren van risicovol gebruik en productkennis. Preventie vindt volgens hen vooral plaats wanneer klanten ernaar vragen of wanneer medewerkers opvallend gebruiksgedrag signaleren. Enkele geïnterviewden geven aan dat zij klanten in zulke situaties aanspreken of doorverwijzen.

Wat zeggen de coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten over aanpassingen in de bedrijfsvoering?

Coffeeshopeigenaren in de vergelijkingsgemeenten beschrijven hun eigen situatie doorgaans als stabiel en werkbaar en rapporteren geen noemenswaardige veranderingen in de bedrijfsvoering. Zij signaleren wel dat het experiment bij collega's in de interventiegemeenten leidt tot aanpassingen in de bedrijfsvoering. Daarbij noemen zij positieve elementen, zoals meer transparantie over productkwaliteit en een meer geformaliseerde werkwijze. Tegelijkertijd uiten zij zorgen over de toenemende bureaucratie, de stabiliteit van het track-and-tracesysteem en de risico's rond de bevoorrading en de machtspositie van leveranciers. Op deze punten sluiten hun zorgen nauw aan bij die van de exploitanten binnen het experiment.

Samenwerking en ketenprocessen

In de interviews beschrijven exploitanten hoe zij de samenwerking met andere partijen in de keten ervaren. Uit de gesprekken komen verschillende thema's naar voren die volgens exploitanten een rol spelen in de samenwerking binnen de keten:

- **Relatie met telers:** Exploitanten geven aan dat hun positie ten opzichte van telers is veranderd sinds het begin van het experiment. Zij beschrijven dat zij zich afhankelijker voelen van telers dan voorheen, mede doordat zij uitsluitend bij deze telers kunnen inkopen. In meerdere gesprekken komt naar voren dat populaire producten niet altijd beschikbaar zijn en dat bepaalde coffeeshops eerder toegang lijken te hebben tot specifieke varianten dan anderen. Ook geven enkele exploitanten aan dat het contact met een aantal telers lastig is.
- **Logistiek en transport:** Uit de interviews blijkt dat levermomenten niet altijd aansluiten op de openingstijden of de personele bezetting van coffeeshops. Sommige leveringen vinden plaats in de avond of in het weekend, wat bedrijfsmatig niet altijd praktisch is of waar exploitanten meer risico's zien.
- **Samenwerking met gemeenten:** Exploitanten geven aan dat zij over het algemeen persoonlijk contact kunnen leggen met gemeentelijke medewerkers wanneer er concrete vragen of situaties zijn. Tegelijkertijd beschrijven zij niet altijd te weten welke afdeling of contactpersoon verantwoordelijk is voor specifieke onderwerpen.
- **Toezicht en handhaving:** Exploitanten vertellen dat het toezicht binnen het experiment intensief kan aanvoelen. Zij zeggen dat zij proberen om processen zo nauwkeurig mogelijk te volgen, maar dat technische problemen of verschillen tussen systemen volgens hen kunnen leiden tot onduidelijkheden tijdens controles. Daarnaast merken exploitanten op dat zij soms signalen krijgen dat andere coffeeshops afwijken van regels, bijvoorbeeld rond voorraden of registratie en dat zij niet altijd zien hoe hierop wordt gehandhaafd.
- **Inzicht in ketenverantwoordelijkheden:** Enkele exploitanten geven aan dat zij beperkt zicht hebben op hoe toezicht bij telers en andere ketenpartijen plaatsvindt. Zij zeggen dat zij soms niet goed weten waar zij terechtkunnen wanneer er vragen zijn over bijvoorbeeld levering, productkwaliteit of afwijkingen in track-and-trace die volgens hen niet binnen de coffeeshop zijn ontstaan. Dit leidt volgens hen tot een gevoel dat verantwoordelijkheden niet altijd duidelijk zijn verdeeld.

Wat zeggen de coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten over samenwerking en ketenprocessen?

Coffeeshopeigenaren in de vergelijkingsgemeenten willen in de gesprekken doorgaans niet ingaan op de vraag of en hoe illegale producenten van cannabis opereren en of die hun werkwijze hebben aangepast. In plaats daarvan reflecteren deze coffeeshopeigenaren op de situatie in de interventiegemeenten. Zij hebben zelf geen ervaring met de gesloten coffeeshopketen en kunnen het experiment daarom niet vanuit de eigen praktijk beoordelen. Wat zij hierover zeggen, lijkt gebaseerd op wat zij horen van collega-coffeeshopeigenaren in de interventiegemeenten.

De controlegroep bevestigt de zorgen en ervaringen die in de interventiegemeenten leven. Er wordt onder meer gewezen op de verschoven machtsverhouding, waarbij de positie van de coffeeshop volgens betrokkenen is verzwakt ten opzichte van de aangewezen telers. Tegelijkertijd wordt aangegeven dat de productkwaliteit en transparantie zijn verbeterd. Ook het verhoogde veiligheidsrisico door de grotere voorraden (met een groter overvalrisico) en een toename van administratieve lasten als aandachtspunt worden genoemd.

Marktdynamiek, productaanbod en klantenstromen

In de gesprekken geven exploitanten aan dat de marktstructuur sinds de start van het experiment op verschillende manieren is veranderd. Uit de interviews komen verschillende thema's naar voren die exploitanten koppelen aan deze marktdynamiek:

- **Veranderde concurrentieverhoudingen:** Exploitanten geven aan dat zij anders concurreren dan voorheen, omdat hun mogelijkheden om producten te selecteren en te variëren afhankelijk zijn van wat telers aanleveren. Enkele exploitanten merken op dat grotere coffeeshops of ketens vaker toegang lijken te hebben tot een breder of stabieler assortiment, terwijl kleinere coffeeshops aangeven soms afhankelijk te zijn van minder gevraagde productpartijen. Ook voelen exploitanten soms de druk van telers om minder populaire producten af te nemen.
- **Productkwaliteit en beschikbaarheid:** In de gesprekken geven exploitanten aan dat zij verschillen ervaren tussen het wiet- en hasjsegment. Over wiet zeggen zij dat het aanbod volgens hen consistenter is geworden en dat klanten deze kwaliteit herkennen. Tegelijkertijd benoemen zij dat het aanbod van hasj voor een deel van hun klanten niet aansluit bij eerdere verwachtingen. Zij zeggen dan ook een daling te zien in het bezoek van klanten die vooral hasj gebruiken. Daarnaast merken meerdere exploitanten op dat veel klanten letten op een (hoog) THC-percentage.

Wat zeggen de coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten over de marktdynamiek?

Enkele coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten geven aan dat zij de indruk hebben dat de marktdynamiek buiten het experiment is veranderd. Een punt dat zij daarbij noemen, is dat traditionele, niet-gereguleerde hasj in hun gemeenten nog beschikbaar is. Een aantal coffeeshophouders geeft aan dat het klanten ontvangt die in de interventiegemeenten niet meer vinden wat zij zoeken. Het zou daarbij vooral gaan om een groep vaste gebruikers van klassieke hasj, die volgens hen vaker uitwijkt naar gemeenten zonder gereguleerd aanbod.

Bij sommige coffeeshophouders bestaat daarnaast de indruk dat jongere gebruikers relatief vaker interventiegemeenten bezoeken om het gereguleerde aanbod te verkennen, terwijl oudere coffeeshopklanten vaker vasthouden aan vertrouwde producten, namelijk het niet-gereguleerde aanbod. Het beeld is niet volledig eenduidig, maar coffeeshophouders signaleren wel bepaalde verschuivingen in klantenstromen.

Verder reflecteren coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten op ontwikkelingen die zij bij collega's in de interventiegemeenten waarnemen, zoals de sterke toename van edibles en andere alternatieve consumptiemiddelen. Zij geven aan deze trend inmiddels ook bij hun eigen klanten te herkennen, zij het in mildere vorm. Klanten zouden vaker kiezen voor eetbare producten.

Alvast vooruitlopend op het hoofdstuk over de coffeeshopbezoekersenquête kan worden opgemerkt dat deze enquête vooralsnog geen duidelijke aanwijzingen laat zien voor structurele verschuivingen in bezoekersstromen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Toekomstbeeld en verbeteropties

In de interviews geven exploitanten aan hoe zij de verdere ontwikkeling van de gesloten keten voor zich zien en welke voorwaarden volgens hen belangrijk zijn om de keten op langere termijn werkbaar te maken. Uit de gesprekken komt een aantal terugkerende thema's naar voren die exploitanten koppelen aan het toekomstperspectief van de sector:

- **Ervaringen met de start van de experimenteerfase en behoefte aan stabiliteit:** Exploitanten zeggen dat het experiment voor hun gevoel in een periode begon waarin nog niet alle onderdelen volledig waren ingeregeld. Zij verwijzen hierbij naar het beperkte aantal telers in de beginfase en de gevolgen daarvan voor productbeschikbaarheid en diversiteit. Volgens hen heeft dit invloed gehad op het vertrouwen in de continuïteit van het aanbod en op de mogelijkheden om klanten vast te houden.
- **Verbeteropties in het ketenontwerp:** In meerdere interviews spreken exploitanten over het uitbreiden van het aantal telers, zodat zij minder afhankelijk worden van enkele leveranciers. Volgens hen kan dit bijdragen aan een bredere productkeuze en gelijkere toegang tot populaire varianten. Daarnaast benoemen exploitanten de mogelijkheden van aanpassingen in administratie en technologie, zoals een betere integratie tussen track-and-trace- en kassasystemen of andere manieren van codering.
- **Ontwikkeling van het assortiment:** Een deel van de exploitanten bespreekt dat de toekomst van de keten mede afhangt van de aansluiting van het aanbod op de klantvraag. Zij noemen vooral het ontbreken van traditionele hasjsoorten als een aandachtspunt voor de komende jaren. Daarnaast geven exploitanten aan dat zij verwachten dat innovatie in productprofielen en varianten een rol blijft spelen, omdat klanten steeds meer gericht zijn op specifieke kenmerken zoals THC-waarde of smaakprofiel.
- **Inrichting van de markt op lange termijn:** Exploitanten denken verschillend over de manier waarop de markt zich na het experiment kan ontwikkelen. In de interviews merken verschillende exploitanten op dat een evenwichtige markt vraagt om helderheid over vergunningverlening, toezicht en de onderlinge verhoudingen tussen ketenpartijen.

Wat zeggen de coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten over de toekomst?

Coffeeshophouders in de vergelijkingsgemeenten schetsen een toekomstbeeld dat sterk overeenkomt met dat van coffeeshopexploitanten in de interventiegemeenten. Ook zij geven aan dat de branche behoefte heeft aan regelgeving die beter aansluit bij de dagelijkse praktijk en uiten zorgen over de huidige inrichting en uitvoering van het experiment. Volgens hen hebben beleidsmakers onvoldoende zicht op de realiteit van het coffeeshopbedrijf en pleiten zij daarom voor structurele betrokkenheid van zowel coffeeshops als telers bij de ontwikkeling van toekomstig beleid. Voor de toekomstige inrichting van de markt zien zij kansen in meer zeggenschap over de teelt, selectie van telers op kwaliteit in plaats van loting om afhankelijkheid en schaalvergroting te voorkomen. De kwaliteit van producten, met name hasj, beschouwen zij als cruciaal. Daarbij benadrukken zij dat structurele tekorten van soorten in de toekomst moeten worden voorkomen om de markt stabiel en aantrekkelijk te houden.

3.4 Ervaringen met toezicht

Binnen het experiment gesloten coffeeshopketen zijn, naast de gemeenten, politie en OM, nog enkele toezichthouders en uitvoeringsorganisaties betrokken. Zij hebben ieder een specifiek en afgebakend verantwoordelijkheidsgebied in relatie tot de keten. De belangrijkste partijen zijn:

- **Inspectie Justitie en Veiligheid (Inspectie JenV):** de Inspectie JenV houdt toezicht op de geslotenheid van de keten, de naleving van vergunningvoorwaarden en de wijze waarop veiligheid, integriteit en rechtmatigheid binnen het experiment geborgd zijn.
- **Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA):** de NVWA houdt binnen het experiment toezicht op de kwaliteitseisen, verpakkingseisen en het afficheringsverbod bij de telers. De NVWA houdt geen toezicht op de geslotenheid van de keten en geen toezicht bij coffeeshops.
- ***Justitiële Informatiedienst (Justid):*** Justid levert de technische ondersteuning voor het experiment in de vorm van het verplichte track-and-tracesysteem. Justid voert geen inhoudelijk toezicht uit, maar is verantwoordelijk voor de werking, beveiliging en continuïteit van het systeem waarmee alle productbewegingen binnen de keten worden geregistreerd.

Hieronder beschrijven we de belangrijkste punten uit de gesprekken met deze partijen. In de interviews is besproken hoe hun werkzaamheden er op dit moment uitzien, hoe deze zich sinds de start van het experiment hebben ontwikkeld en welke praktische vragen of knelpunten zij daarbij tegenkomen. In de gesprekken ging het onder meer over de werking en dagelijkse inzet van het track-and-tracesysteem de uitvoerbaarheid van regels rond verpakkingen, affichering en kwaliteitseisen en de manieren waarop betrokken partijen omgaan met open normen of interpretatieverschillen. Daarnaast is in algemene zin gevraagd welke onderdelen van het werk de meeste tijd kosten, waar risico's of kwetsbaarheden worden gezien, hoeveel capaciteit het toezicht vraagt en hoe de samenwerking met andere ketenpartners verloopt.

Toezicht op de geslotenheid van de keten

- **Algemeen:** Uit de gesprekken blijkt dat het toezicht op de geslotenheid van de keten binnen het experiment een centrale maar afgebakende taak vormt voor de betrokken toezichthoudende partij. Het toezicht richt zich erop dat telers uitsluitend leveren aan deelnemende coffeeshops en dat deelnemende coffeeshops alleen producten verkopen die afkomstig zijn van deze telers. Daarbij heeft de toezichthouder directe handhavingsbevoegdheden richting telers, maar niet richting coffeeshops. Het toezicht en de handhaving bij coffeeshops liggen primair bij gemeenten. Deze verdeling van verantwoordelijkheden noemen de gesprekspartners een structureel aandachtspunt voor de geslotenheid van de keten, omdat hierdoor verschillen kunnen ontstaan tussen gemeenten en de landelijke toezichthouder in toezichtintensiteit en handhaving.
- **Werkwijze en risicogestuurd toezicht:** Het toezicht wordt risicogestuurd ingericht. Dit wil zeggen dat het toezicht zich vooral richt op plekken waar de kans op overtredingen het grootst is. Hierbij wordt gebruikgemaakt van fysieke inspecties bij telers, gecombineerd met de analyse van gegevens uit het track-and-trace-systeem. Afwijkingen zoals onlogische aantallen planten, negatieve voorraadstanden of opmerkelijke verschillen in gewichten fungeren als 'rode vlaggen' en kunnen

aanleiding zijn voor aanvullende controles of nadere vragen.

- **Registratiefouten en handhaving:** In de praktijk blijkt dat bij inspecties regelmatig verschillen worden geconstateerd tussen de feitelijke situatie en de administratieve registratie. Deze afwijkingen worden door telers doorgaans verklaard als administratieve of menselijke fouten. De toezichthouder kan hierop handhaven, maar beschikt vooral over het instrument van een last onder dwangsom om registraties te laten herstellen. Hoewel registratiefouten relatief eenvoudig kunnen worden hersteld, vormt de last onder dwangsom volgens gesprekspartners een te beperkte prikkel om zorgvuldig te registreren. Doordat zwaardere sancties ontbreken, blijft de nalevingsdruk beperkt en is het lastig vast te stellen of afwijkingen het gevolg zijn van slordigheden of van meer structurele problemen, waarbij gereguleerde producten buiten de keten terechtkomen of illegaal geproduceerde cannabis de keten binnenkomt.
- **Zicht op lekkage:** Hoewel er regelmatig registratiefouten voorkomen, geven de gesprekspartners aan dat er tot op heden geen eenduidige signalen zijn dat er sprake is van lekkage uit de gesloten keten. Er zijn indicatoren die mogelijk kunnen wijzen op lekkage maar dit is tot op heden nog niet vastgesteld. In de praktijk wordt de meerderheid van de fouten toegeschreven aan de complexiteit van het werkproces, de hoge administratieve druk en menselijke vergissingen. Hierdoor verschuift het toezicht vooral naar correctie van administratieve onregelmatigheden, terwijl daadwerkelijke uitleiding moeilijk aantoonbaar blijft.
- **Afhankelijkheid van gemeenten en ongelijk speelveld:** Een terugkerend punt in de gesprekken is de afhankelijkheid van gemeentelijk toezicht bij coffeeshops. De intensiteit en frequentie van controles verschillen sterk per gemeente. Bevindingen worden gedeeld met gemeenten, maar de toezichthouder kan niet afdwingen dat hier consequent op wordt gehandhaafd. Volgens gesprekspartners leidt dit tot een ongelijk speelveld binnen de keten, waarin telers onder intensief toezicht staan, terwijl vergelijkbare risico's bij coffeeshops niet overal dezelfde aandacht krijgen.
- ***Capaciteit en consequenties:*** Tot slot wijzen de gesprekspartners op de beperkte personele capaciteit voor het toezicht op de gesloten keten. De combinatie van fysieke inspecties, data-analyse en juridische opvolging vraagt veel inzet. Door capaciteitstekorten ligt de nadruk noodzakelijkerwijs op het opvolgen van administratieve afwijkingen en urgente signalen, wat de ruimte voor verdiepend en preventief toezicht beperkt.

Track-and-trace

- **Algemeen:** Uit de gesprekken blijkt dat het track-and-tracesysteem bestaat uit meerdere applicaties voor verschillende gebruikersgroepen, waaronder telers, coffeeshops en toezichthouders. Deze applicaties maken gebruik van twee onderliggende databases die handelingen registreren en realtime inzicht bieden in voorraden en bewerkingen.
- **Gebruik door coffeeshops:** Coffeeshops geven aan dat de beginfase vooral werd gekenmerkt door dubbel registreren: handelingen moesten zowel in de eigen administratie als in het track-and-tracesysteem worden ingevoerd. Dit vergde extra tijd en vergrootte de kans op fouten. Gebruikers koppelen deze situatie aan het ontbreken van technische koppelingen met kassasystemen, die in de beginperiode

nog niet beschikbaar waren. Volgens geïnterviewden verbeterde dit gaandeweg. Zij geven aan dat alledaagse problemen, zoals inlog en verbindingsstoringen, steeds vaker zelfstandig worden opgelost. De introductie van API-koppelingen met bestaande kassasystemen en ERP-software noemen coffeeshops een belangrijk keerpunt: automatische gegevensuitwisseling verminderde de foutkans en de administratieve belasting. Inmiddels verloopt een aanzienlijk deel van de registraties via deze koppelingen.

- **Gebruik door telers:** Telers geven aan dat zij een groot aantal handelingen moeten registreren, waaronder plant en stekgegevens, afvalstromen, batchbeheer, laboratoriumuitslagen en verpakkingsstappen. Omdat telers verschillende werkprocessen hanteren, komen in afwijkende of incidentele situaties extra handmatige registraties voor. In de gesprekken wordt gemeld dat het systeem, na de opstartfase, stabiel draait en continu wordt gemonitord. Tegelijkertijd wijzen gebruikers op de beperkingen van de generieke opzet: deze ondersteunt uiteenlopende bedrijfsprocessen, maar sluit daardoor niet altijd aan op specifieke werkwijzen. Sommige bedrijven verwachten dat het systeem hiervoor een waarschuwing geeft, terwijl anderen handelingen routinematig uitvoeren en zo'n waarschuwing onwenselijk vinden. Omdat het systeem geen instellingen per gebruiker ondersteunt, ontstaan er verschillen in gebruikservaring.
- **Toekomst:** In de gesprekken komen ook aandachtspunten voor de toekomst naar voren. Een daarvan is dat het systeem ruimte laat voor strategische registratie, bijvoorbeeld door handelingen achteraf te registreren onder verwijzing naar een storing of door processtappen in een formeel correcte, maar minder informatieve volgorde vast te leggen. Daarnaast wordt genoemd dat toekomstige beleidskeuzes – zoals opschaling, verbreding of beëindiging van het experiment – gevolgen hebben voor de benodigde capaciteit en de verdere technische inrichting van het systeem, vooral wanneer het systeem langdurig of op grotere schaal wordt ingezet.

Toezicht op kwaliteit, verpakking en affichering

- **Algemeen:** Uit de gesprekken blijkt dat het toezicht op telers binnen het experiment volgens betrokkenen goed uitvoerbaar is. De voorschriften voor verpakkingen en kwaliteit worden beschreven als duidelijk en geschikt voor handhaving. Inspecties vinden meerdere keren per jaar plaats en geven volgens geïnterviewden een consistent beeld. Telers zouden meewerken aan controles, zonder signalen van weerstand of druk.
- **Uitvoering van toezicht:** De verpakkingsvoorschriften worden door betrokkenen genoemd als een relatief overzichtelijk onderdeel van het toezicht. De bestaande eisen zijn doorgaans concreet en daardoor goed handhaafbaar, waardoor afwijkingen relatief eenvoudig zijn vast te stellen. Tegelijkertijd blijkt dat de voorschriften vooral zijn toegesneden op hennep en hasj en op onderdelen nog onvoldoende aansluiten bij nieuwe productcategorieën, zoals vapes, THC-oliedruppels en edibles. Betrokkenen geven aan dat een nadere uitwerking en uitbreiding van de verpakkingsvoorschriften wenselijk is, mede gezien de snelle ontwikkeling van deze producten. Wel kent het toezicht op kwaliteit volgens de respondenten meer complexiteit. Telers zijn verantwoordelijk voor het bemonsteren van batches en het laten

uitvoeren van laboratoriumanalyses. Toezichthouders beoordelen zowel deze uitslagen als eigen steekproefmonsters die ze tijdens inspecties afnemen. Hiermee kunnen zij controleren of de aangeleverde laboratoriumresultaten aansluiten bij de bevindingen van hun inspecties.

- **Monsterneming:** In de interviews wordt aangegeven dat de voorschriften voor monsterneming open geformuleerd zijn. De verplichting dat monsters homogeen en representatief moeten zijn, wordt niet verder gespecificeerd. Hierdoor bestaat volgens betrokkenen de mogelijkheid dat telers monsters selecteren die een grotere kans hebben om gunstig uit te pakken bij laboratoriumanalyses. Er zijn daarnaast geen bindende procedure-eisen voor hoe monsterneming moet plaatsvinden en er geldt geen accreditatieplicht voor laboratoria. Dit maakt het in theorie mogelijk dat telers laboratoria op hun eigen locatie inzetten.
- **Edibles en voedselveiligheid:** Een tweede aandachtspunt betreft edibles. Hoewel deze producten binnen het experiment zijn toegestaan, vallen zij niet onder de reguliere hygiëne- en voedselveiligheidsvoorschriften die gelden voor andere levensmiddelen. Voor de cannabis die als grondstof wordt gebruikt, gelden wel specifieke kwaliteits- en veiligheidsparameters. Voor het eindproduct en de algemene hygiëne-eisen, zoals ongediertebestrijding en temperatuurbeheersing, ontbreken dergelijke toezichtmogelijkheden. Tegelijkertijd geven geïnterviewden aan dat het aanbod edibles toeneemt en dat de productontwikkeling binnen deze categorie zich snel ontwikkelt.
- **Affichering en promotie:** Het toezicht op affichering wordt eveneens genoemd als aandachtspunt. De regelgeving bevat geen definitie van affichering, waardoor interpretatieverschillen ontstaan. Daarnaast ligt het toezicht op promotie in coffeeshops bij andere instanties dan het toezicht hierop bij telers. Volgens betrokkenen kunnen hierdoor situaties ontstaan waarin indirecte promotie, zoals via omverpakkingen (bijvoorbeeld dozen en zakken waarin cannabis naar coffeeshops wordt vervoerd), reviews of andere uitingen, moeilijk te signaleren of te herleiden is.
- **Toekomst:** In de gesprekken wordt aangegeven dat de huidige toezichtcapaciteit aansluit bij de schaal van het experiment. Tegelijkertijd merken betrokkenen op dat een eventuele uitbreiding, opschaling of structurele invoering van het stelsel gevolgen heeft voor de inrichting van het toezicht. Hierbij worden onder meer genoemd: het verder uitwerken van normen voor nieuwe productcategorieën, het specifieker vastleggen van monsternemingsprocedures en het mogelijk bundelen van toezichttaken om overlap en blinde vlekken te voorkomen.

4 Aanbod van coffeeshops

Kernpunten van dit hoofdstuk

- **Sterkere toename van het aanbod aan verschillende cannabisproducten in de interventiegemeenten.**
  Tussen T_0 en T_1 nam het aantal unieke productnamen op de menukaarten van coffeeshops in de interventiegemeenten sterker toe dan in de vergelijkingsgemeenten. Dit geldt voor wiet, hasj en joints. Dat betekent dus dat het aanbod aan verschillende cannabisproducten in de coffeeshops is toegenomen, met name in de interventiegemeenten.
- **Prijs van wiet sterker gedaald in interventiegemeenten, prijs van hasj sterker gestegen.**
  Tussen T_0 en T_1 nam de gemiddelde prijs van wiet in het algemeen in de interventiegemeenten sterker af dan in de vergelijkingsgemeenten. Dit geldt ook voor de subklasse nederwiet. De prijs van hasj nam tussen T_0 en T_1 juist sterker toe in de interventiegemeenten. De gemiddelde prijs voor joints (met of zonder tabak) lijkt zowel in de vergelijkingsgemeenten als in de interventiegemeenten licht te stijgen.
- **Toename aandeel coffeeshops dat edibles, vapes en concentraten verkoopt, vooral in interventiegemeenten.**
  Vergeleken met T_0 waren er op T_1 meer coffeeshops die edibles en vapes aanbieden. Dit lijkt vooral te gelden voor de interventiegemeenten waar bijna alle coffeeshops op T_1 edibles verkopen en 6 op de 10 vapes. Ook het aandeel coffeeshops in de interventiegemeenten dat concentraten aanbiedt, is sterk toegenomen op T_1.

Door in alle coffeeshops in de interventie- en vergelijkingsgemeenten een menukaartanalyse uit te voeren is het aanbod van cannabisproductnamen en bijbehorende prijsinformatie geregistreerd. Tijdens het veldwerk in de coffeeshops zijn foto's gemaakt van de menukaarten waarop het aanbod van cannabisproducten is weergegeven. Deze items (namen) zijn ingevoerd. Ook is de prijs geregistreerd (per gram/eenheid - zie hoofdstuk 2.6). Hieronder beschrijven we de resultaten van de menukaartanalyse. De namen van producten die op de menukaarten voorkomen komen niet noodzakelijk overeen met de daadwerkelijke soorten. Daarom hebben we het in deze analyse enkel over productnamen en niet over soorten. Per productnaam staan op veel menukaarten meerdere prijzen genoemd voor bijvoorbeeld 1 en 5 gram. Omdat de prijs vaak lager is

wanneer men een hoger aantal grammen koopt, zijn deze als aparte items (maar dus met dezelfde productnaam) in de dataset toegevoegd. Daarnaast is de gemiddelde prijs die voor de soorten wordt genoemd, de gemiddelde prijs van het product dat op de menukaarten staat. Deze hoeft dus niet gelijk te zijn aan de gemiddelde prijs van de producten die worden verkocht.

Van de 143 coffeeshops die werden bezocht, kon in 134 coffeeshops (94%) de menukaart worden gefotografeerd, waarvan 67 in de interventiegemeenten en 67 in de vergelijkingsgemeenten. Op deze menukaarten stonden in totaal 11.018 items. Dit is ruim twee keer zo veel als bij de baselinemeting. Toen stonden er 4.811 items op de menukaarten. Er stonden in de huidige meting bij alle coffeeshops in de interventie- en vergelijkingsgemeenten 1.754 unieke productnamen op de menukaarten. Dit is een stuk lager dan bij de nulmeting. Toen ging het om 3.062 unieke productnamen. Een verklaring hiervoor is dat door de gereguleerde teelt in de interventiegemeenten tien telers producten aan coffeeshops in verschillende gemeenten leveren. Dit gaat om grote partijen van dezelfde soort die onder dezelfde naam in een groot deel van de coffeeshops terechtkomen. Dit zorgt voor minder variatie in productnamen, en daardoor dus een lager aantal unieke productnamen. Dit zorgt er tegelijkertijd voor dat coffeeshops veel meer verschillende producten aanbieden, mede doordat ze een grotere voorraad mogen hebben.

4.1 Aanbod cannabis interventie- en vergelijkingsgemeenten

In de interventiegemeenten veranderde het aanbod tussen T_0 en T_1 op meerdere punten (zie Tabel 4.1). Een aantal producten, zoals VS-wiet, buitenlandse wiet, buitenwiet en CBD, is helemaal van de menukaarten verdwenen. Tegelijkertijd zijn vapes als nieuwe productgroep verschenen. De som van het aantal unieke producten per coffeeshop van nederwiet, hasj, joints, edibles en concentraten is sterk toegenomen.

Tabel 4.1 Aanbod en prijs van subklassen van cannabis in de interventiegemeenten

Klasse	Subklasse	Interventie T_0 som unieke items per coffeeshop (% coffeeshops) *n* = 64	Interventie T_1 som unieke items per coffeeshop (% coffeeshops) *n* = 67	Interventie T_0 Gemiddelde prijs ± SD (mediaan) (in EUR per gram of stuk)[1]	Interventie T_1 Gemiddelde prijs ± SD (mediaan) (in EUR per gram of stuk)[1]
Wiet	*Nederwiet*	594 (100%)	2287 (100%)	11,55 ± 2,84 (11,11)	10,09 ± 2,39 (10,00)
	VS-wiet	50 (30%)	0 (0%)	23,05 ± 6,22 (25,00)	n.v.t.
	Gruis	38 (45%)	4 (5%)	6,44 ± 1,67 (6,00)	4,50 ± 1,29 (4,50)
	Buitenlandse wiet	5 (8%)	0 (0%)	6,10 ± 0,89 (6,00)	n.v.t.
	Buitenwiet	2 (3%)	0 (0%)	7,00 ± 1,41 (7,00)	n.v.t.
Hasj	*Hasj*	372 (100%)	794 (100%)	11,67 ± 6,47 (10,00)	21,12 ± 14,95 (15,00)

Klasse	Subklasse	Interventie T_0 som unieke items per coffeeshop (% coffeeshops) *n* = 64	Interventie T_1 som unieke items per coffeeshop (% coffeeshops) *n* = 67	Interventie T_0 Gemiddelde prijs ± SD (mediaan) (in EUR per gram of stuk)[1]	Interventie T_1 Gemiddelde prijs ± SD (mediaan) (in EUR per gram of stuk)[1]
CBD	*CBD-wiet*	16 (23%)	0 (0%)	5,68 ± 1,78 (5,25)	n.v.t.
	CBD-hasj	1 (2%)	0 (0%)	n.v.t.	n.v.t.
Joints	*Joint met tabak*	428 (94%)	1338 (99%)	5,01 ± 3,65 (4,15)	5,43 ± 2,53 (5,00)
	Joint zonder tabak	43 (39%)	164 (79%)	5,63 ± 2,23 (5,00)	7,65 ± 3,01 (7,00)
Edibles	*Edibles*	54 (34%)	347 (94%)	9,77 ± 7,75 (7,50)	6,09 ± 6,38 (3,50)
Vapes	*Vapes*	0 (0%)	135 (67%)	n.v.t.	46,31 ± 14,29 (45,00)
Overig	*Concentraat*[2]	11 (17%)	167 (70%)	32,09 ± 7,29 (30,00)	51,42 ± 13,31(50,00)
	CBD-olie	3 (2%)	0 (0%)	27,33 ± 15,28 (24,00)	n.v.t.
	CBG	1 (2%)	0 (0%)	n.v.t.	n.v.t.
	Supplementen	3 (2%)	0 (0%)	n.v.t.	n.v.t.
	Overig	3 (2%)	0 (0%)	n.v.t.	n.v.t.

[1] Voor cannabisproducten in de klassen wiet, hasj, CBD, concentraat en CBG is de gegeven prijs per gram, voor joints, vapes, edibles, CBD-olie, supplementen en overig is dit per stuk.

[2] Deze subklasse bestaat uit rosin, een harsachtig product dat gemaakt wordt door cannabis onder hoge temperatuur en druk samen te persen.

Voor verschillende productklassen zijn ook prijsverschillen zichtbaar. De gemiddelde prijs van nederwiet is licht gedaald tussen T_0 en T_1. Voor joints zonder tabak en concentraten zijn de prijzen juist gestegen. Deze verschillen moeten echter voorzichtig worden geïnterpreteerd, omdat voor meerdere productgroepen het aantal unieke items klein is en/of de spreiding in prijzen groot is. Hierdoor kunnen ogenschijnlijk grote verschillen minder robuust zijn.

Het aanbod binnen de vergelijkingsgemeenten lijkt tussen T_0 en T_1 op meerdere punten ook te zijn uitgebreid (zie Tabel 4.2). De som van het aantal unieke nederwietproducten per coffeeshop is gegroeid, en ook het aanbod van VS-wiet, edibles, vapes en concentraten is merkbaar toegenomen. Voor enkele subklassen, zoals gruis, buitenlandse wiet en CBD-producten, bleven de aantallen relatief stabiel.

Ook in de prijzen lijken verschuivingen zichtbaar. De prijs van VS-wiet is gestegen. Voor joints zonder tabak en concentraten liggen de gemiddelde prijzen op T_1 hoger dan op T_0. Over andere op het oog aanwezig lijkende prijsverschillen tussen T_0 en T_1 kunnen we geen conclusies trekken. Dit in verband met

een klein aantal productnamen en/of grote spreiding in prijzen.

Tabel 4.2 Aanbod en prijs van subklassen van cannabis in de vergelijkingsgemeenten

Klasse	Subklasse	Vergelijking T_0 unieke items (% coffeeshops) *n* = 61	Vergelijking T_1 unieke items (% coffeeshops) *n* = 67	Vergelijking T_0 Gemiddelde prijs ± SD (mediaan) (in EUR per gram of stuk)[1]	Vergelijking T_1 Gemiddelde prijs ± SD (mediaan) (in EUR per gram of stuk)[1]
Wiet	*Nederwiet*	677 (100%)	834 (100%)	11,23 ± 2,34 (11,00)	11,04 ± 2,34 (11,00)
	VS-wiet	43 (25%)	212 (67%)	14,59 ± 2,91 (14,00)	17,06 ± 7,57 (14,00)
	Gruis	35 (38%)	29 (33%)	6,24 ± 1,54 (6,25)	6,04 ± 1,11 (6,00)
	Buitenlandse wiet	7 (10%)	7 (8%)	4,00 ± 1,12 (4,00)	4,10 ± 1,3 (3,50)
	Buitenwiet	7 (7%)	3 (3%)	7,36 ± 2,17 (7,00)	6,67 ± 2,52 (6,99)
Hasj	*Hasj*	343 (98%)	466 (100%)	10,62 ± 4,24 (10,00)	12,65 ± 10,69 (10,00)
CBD	*CBD-wiet*	20 (28%)	23 (24%)	7,20 ± 2,20 (7,00)	6,58 ± 1,93 (6,50)
	CBD-hasj	5 (8%)	5 (8%)	n.v.t.	4,90 ± 0,89 (5,00)
Joints	*Joint met tabak*	317 (90%)	431 (94%)	4,75 ± 2,49 (4,12)	5,37 ± 2,8 (5,00)
	Joint zonder tabak	56 (41%)	89 (54%)	5,82 ± 2,49 (5,00)	9,53 ± 12,78 (6,00)
Edibles	*Edibles*	118 (44%)	233 (61%)	9,07 ± 10,57 (6,50)	10,00 ± 10,07 (7,50)
Vapes	*Vapes*	0 (0%)	30 (10%)	n.v.t.	54,22 ± 23,35 (50,00)
Overig	*Concentraat*[2]	19 (23%)	50 (27%)	45,13 ± 23,93 (40,00)	61,66 ± 26,00 (70,00)
	CBD-olie	9 (5%)	7 (5%)	63,43 ± 51,81 (50,00)	37,14 ± 17,99 (40,00)
	CBG	2 (3,3%)	0 (0%)	n.v.t.	n.v.t.
	Supplementen	0 (0%)	0 (0%)	n.v.t.	n.v.t.
	Overig	0 (0%)	3 (2%)	n.v.t.	n.v.t.

[1] Voor cannabisproducten in de klassen wiet, hasj, CBD, concentraat en CBG is de gegeven prijs per gram, voor joints, edibles, vapes, CBD-olie, supplementen en overig is dit per stuk.

[2] Deze subklasse bestaat uit rosin en 'Moon Rock', wiet omhuld met THC-olie of -was, en daarna met een laag kief.

4.2 Wiet

Alle 134 coffeeshops verkochten wiet. Zoals ook is te zien in Figuur 4.1(A) verkochten de meeste coffeeshops in de interventiegemeenten tussen de 13 en 58 productnamen van wiet. Op het moment van bezoek werden onder de subklasse nederwiet 2.288 unieke productnamen aangeboden, waarmee dit veruit de meest diverse subklasse cannabisproducten in de coffeeshops is. Gemiddeld stonden er 34,2 ± 12,7 unieke productnamen van wiet op de menu's van de interventiegemeenten (minimaal 6 en maximaal 71, met een mediaan van 34). Dat is ten opzichte van T_0 (10,8 ± 5,1) flink gestegen. Productnamen voor wiet die in een ruime meerderheid (tussen de 73% en 87%) van de coffeeshops voorkwamen waren 'Lemon Haze', 'Tangerine', 'Sky Walker Kush', 'Super Silver Haze' en 'Wedding Cake'. Van de coffeeshops in de interventiegemeenten had 56,7% (*n* = 38) het THC-percentage bij de productnamen op de menukaarten staan. Het gemiddelde THC-percentage van wietproducten in deze coffeeshops was 23,6 ± 3,4, met een mediaan van 24, een minimum van 13 en een maximum van 35.

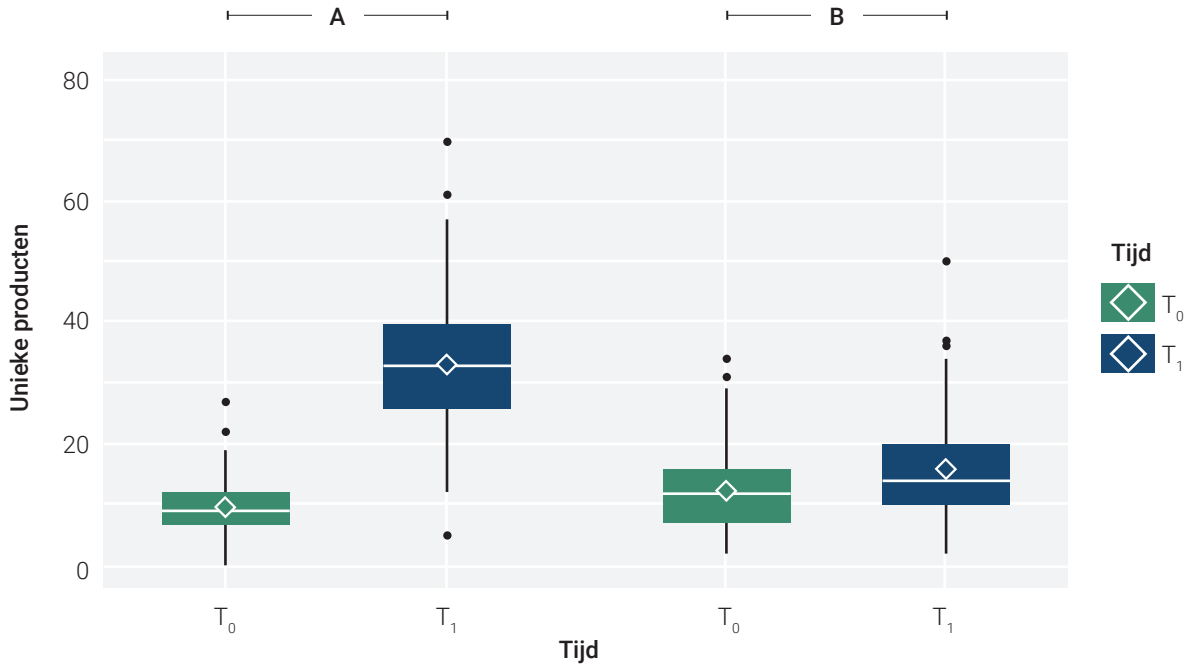
Zoals te zien in Figuur 4.1(B) verkochten de meeste coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten tussen de 2 en 34 producten. Gemiddeld stonden er 16,2 ± 9,0 unieke productnamen op de menu's van de vergelijkingsgemeenten (minimaal 2 en maximaal 50, met een mediaan van 14). Dit lijkt ten opzichte van T_0 (met 12,6 ± 6,9 unieke producten op de menu's) een lichte stijging. In de vergelijkingsgemeenten waren er geen productnamen die in een ruime meerderheid van de coffeeshops voorkwamen. 'White Widow' was de enige productnaam die in meer dan de helft van de coffeeshops op de menukaart stond. Daarnaast stonden 'Amnesia Haze', 'Lemon Haze', 'Amnesia' en 'Silver Haze' vaker op de menukaarten, maar in minder dan de helft van de coffeeshops. Van de coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten had slechts 15% (*n* = 10) het THC-percentage bij de productnamen op de menukaarten staan. Door dit lage aantal is het gemiddelde THC-percentage niet berekend.

De difference-in-differences-analyse tussen T_0/T_1 en interventie/vergelijking was significant (B = 19,85, SE = 2,23, p < 0,001). Dit betekent dat het aantal unieke productnamen voor wiet in de interventiegemeenten tussen T_0 en T_1 met gemiddeld 19,85 productnamen sterker is toegenomen dan in de vergelijkingsgemeenten.

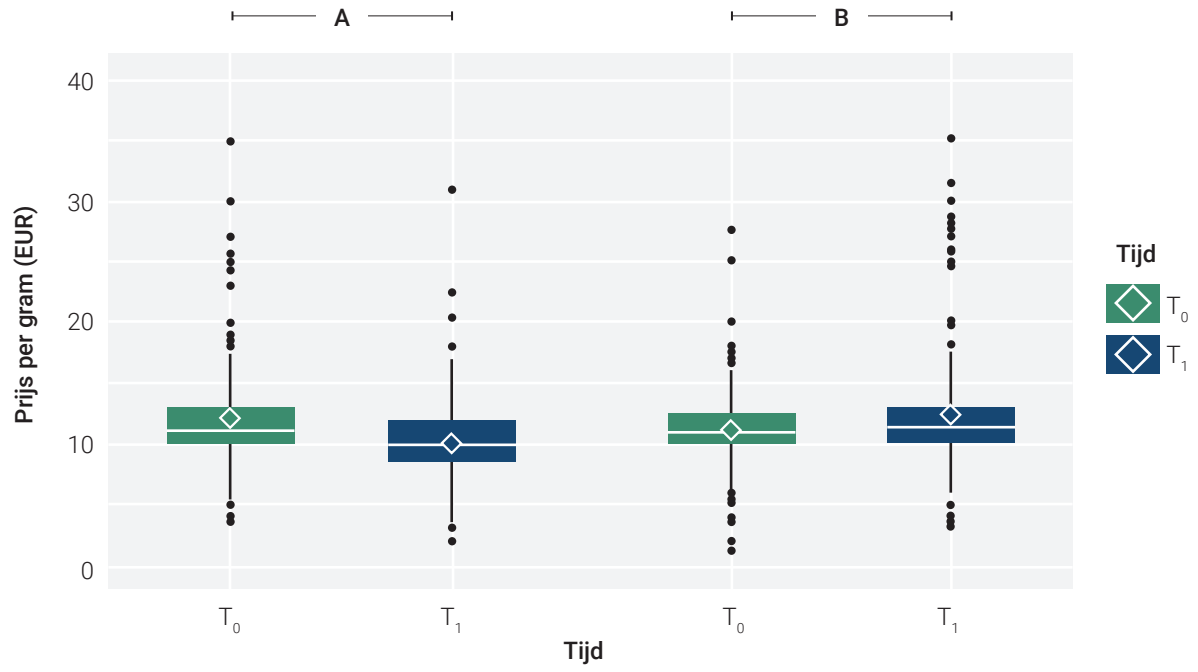
De kans is groot dat van de in totaal 1.082 unieke productnamen per coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten er enkele zijn die eigenlijk verwijzen naar dezelfde soorten. Dit is nooit met zekerheid vast te stellen, aangezien de markt niet gereguleerd is. Om toch een zo duidelijk mogelijk beeld te scheppen zijn op basis van onze interne expertise de spelling en naamgeving van producten zoveel mogelijk rechtgetrokken alvorens de productnamen werden geclassificeerd op voorkomen. De productnaam 'White Widow' is op de menukaarten bijvoorbeeld op verschillende manieren gespeld: WW, W.W., etc. Deze verschillende spellingen vallen in de database nu allemaal onder de productnaam 'White Widow'. In de interventiegemeenten worden over het algemeen de exacte namen gebruikt die de telers aan de producten hebben gegeven. Ook hier zijn de namen echter soms net anders gespeld. Ook dit is zoveel mogelijk rechtgetrokken.

In Figuur 4.2 is apart voor de interventie- en vergelijkingsgemeenten een vergelijking gemaakt tussen de prijs per gram voor wietproducten op T_0 en T_1. In de interventiegemeenten ligt de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 10,08 ± 2,40) lager dan op T_0 (€ 12,06 ± 4,58). In de vergelijkingsgemeenten ligt de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 12,47 ± 5,26) iets hoger dan op T_0 (€ 11,10 ± 2,79), wat voornamelijk komt door een toename van uitschieters in dure wietproducten.

Figuur 4.1 Aantal unieke productnamen voor wiet per coffeeshopmenu in interventiegemeenten (A, *n* = 131) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 128) voor T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



Figuur 4.2 Gemiddelde prijs per gram voor wietproducten in interventiegemeenten (A, *n* = 3.046) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 1.985) voor T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



De difference-in-differences-analyse tussen T_0/T_1 en interventie/vergelijking was significant (*B* = -3,35, SE = 0,23, *p* < 0,001). Dit betekent dat de gemiddelde prijs voor wiet in de interventiegemeenten tussen T_0 en T_1 met gemiddeld € 3,35 sterker is afgenomen dan in de vergelijkingsgemeenten. Omdat er in de vergelijkingsgemeenten relatief duurdere VS-wiet werd aangeboden, is deze analyse ook uitgevoerd op alleen de soort nederwiet. Wanneer de difference-in-differencesanalyse tussen T_0/T_1 en interventie/vergelijking alleen voor nederwiet werd uitgevoerd, bleef dit effect significant (*B* = -1,27, SE = 0,17, *p* < 0,001). Dit betekent dat de gemiddelde prijs voor nederwiet in de interventiegemeenten tussen T_0 en T_1 met gemiddeld € 1,27 sterker is afgenomen dan in de vergelijkingsgemeenten.

In alle coffeeshops is het personeel gevraagd welk wietproduct het meest verkocht werd, welk wietproduct verondersteld werd het sterkste te zijn, en welk 'mild' wietproduct het best werd verkocht. Enkele coffeeshops wilden (voor bepaalde categorieën) geen productnaam doorgeven. Het aantal coffeeshops dat deze vragen heeft beantwoord ligt een stuk hoger dan op T_0. Dit maakt dat de resultaten voorzichtig moeten worden geïnterpreteerd. Omdat de data geanonimiseerd zijn, kunnen we geen koppeling maken tussen de coffeeshops die ze op zowel T_1 als T_0 hebben doorgegeven. Tabel 4.3 laat zien dat het lijkt alsof de prijs op de menukaart van de meest verkochte wiet en de sterkste wiet in de interventiegemeenten iets is gedaald ten opzichte van T_0. In de vergelijkingsgemeenten zijn geen noemenswaardige verschillen te zien.

Tabel 4.3 Prijs per gram van de meest verkochte wiet (MVW), sterkste wiet (SW) en meest verkochte milde wiet (MVM) in interventie- en vergelijkingsgemeenten

	T_0	Gemiddelde prijs EUR per gram ± SD (mediaan)	T_1	Gemiddelde prijs EUR per gram ± SD (mediaan)
	n		*n*	
MVW interventie	40	11,15 ± 1,36 (11,05)	67	9,21 ± 1,82 (9,50)
MVW vergelijking	46	10,96 ± 1,40 (11,00)	64	10,51 ± 1,33 (10,00)
SW interventie	44	13,11 ± 3,09 (12,00)	64	11,84 ± 0,90 (12,00)
SW vergelijking	44	12,59 ± 2,32 (12,03)	64	13,37 ± 2,78 (13,00)
MVM interventie	41	9,70 ± 1,55 (9,50)	64	8,95 ± 2,09 (8,50)
MVM vergelijking	44	9,40 ± 1,24 (9,12)	62	8,96 ± 1,61 (9,00)

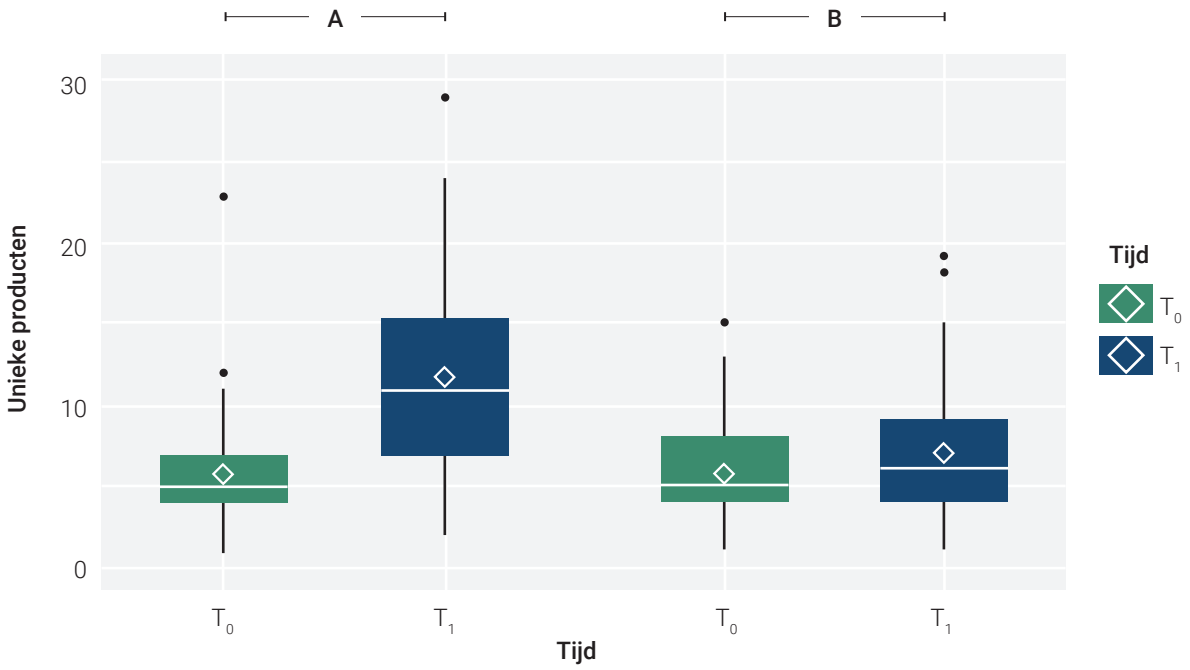
4.3 Hasj

In alle coffeeshops werd hasj verkocht. Zoals ook is te zien in Figuur 4.3(A) boden de meeste coffeeshops in de interventiegemeenten tussen de 2 en 24 productnamen aan. Gemiddeld stonden er 11,9 ± 6,0 unieke productnamen van hasj op de menu's van de interventiegemeenten (minimaal 2 en maximaal 29, met een mediaan van 11). Dat is een verdubbeling ten opzichte van T_0 (5,6 ± 3,1). Er waren duidelijk drie productnamen van hasj die in een ruime meerderheid (72% tot 84%) van de coffeeshops op de menukaarten stonden: 'Platinum', 'Gold' en 'Silver'. Van de coffeeshops in de interventiegemeenten had 55% (*n* = 37) het THC-percentage bij de productnamen van hasj op de menukaarten staan. Het gemiddelde THC-percentage van hasjproducten in deze coffeeshops was 37,2 ± 13,7, met een mediaan van 33,2, een minimum van 17 en een maximum van 73.

Figuur 4.3(B) laat zien dat de meeste coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten tussen de 1 en 15 hasjproducten aanboden. Gemiddeld stonden er 7,0 ± 4,1 unieke productnamen van hasj op de menu's van de vergelijkingsgemeenten (minimaal 1 en maximaal 19, met een mediaan van 6). Dat is een beperkte toename ten opzichte van T_0 (5,7 ± 3,0). De productnamen voor hasj die het vaakst (in 29% tot 36% van de coffeeshops) op de menukaarten in de vergelijkingsgemeenten stonden waren 'Super Polm', 'Beldia' en 'Hia'. Deze productnamen verwijzen naar Marokkaanse hasjsoorten. Van de coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten had slechts 10% (*n* = 7) het THC-percentage bij de productnamen voor hasj op de menukaarten staan. Door dit lage aantal is het gemiddelde THC-percentage niet berekend.

De difference-in-differences-analyse tussen T_0/T_1 en interventie-/vergelijkingsgemeenten was significant (B = 5,00, SE = 1,07, p < 0,001). Dit betekent dat het aantal unieke productnamen voor hasj in de interventiegemeenten tussen T_0 en T_1 met gemiddeld 5 productnamen sterker is toegenomen dan in de vergelijkingsgemeenten.

Figuur 4.3 Aantal unieke productnamen voor hasj per coffeeshopmenu in interventiegemeenten (A, *n* = 131) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 127) voor T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters

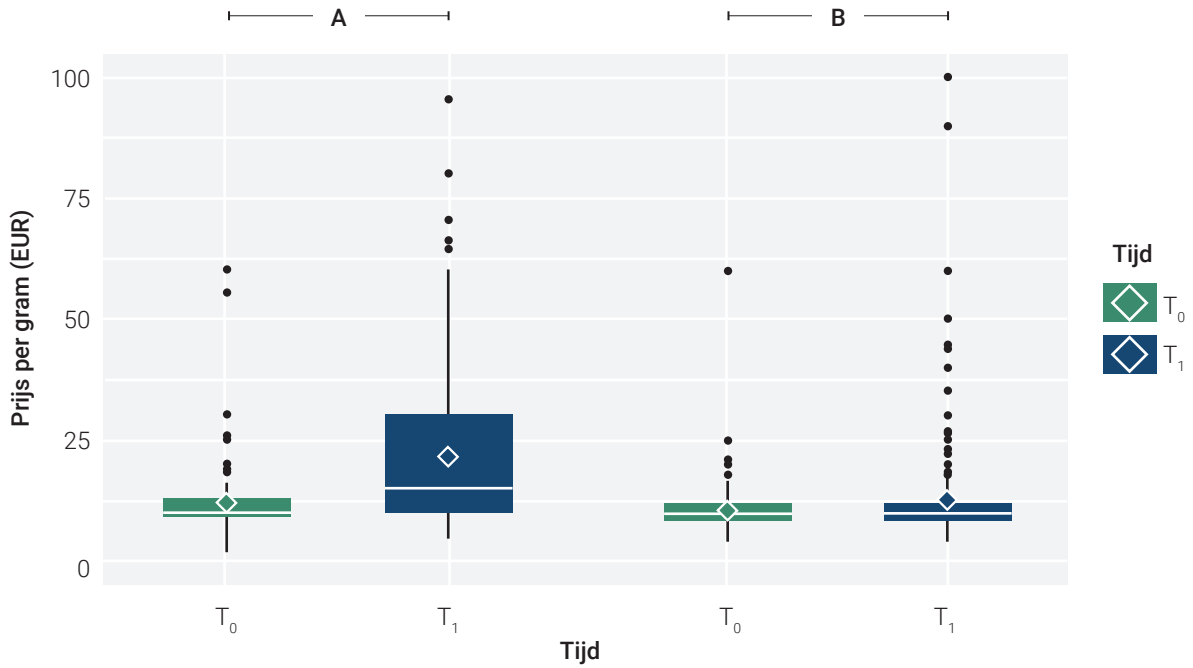


De kans is groot dat van de in totaal 466 unieke productnamen per coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten er enkele zijn die eigenlijk verwijzen naar dezelfde soorten. Dit is nooit met zekerheid vast te stellen, aangezien de markt niet gereguleerd is. Om toch een zo duidelijk mogelijk beeld te scheppen zijn op basis van onze interne expertise de spelling en naamgeving van producten zoveel mogelijk rechtgetrokken alvorens de productnamen werden geclassificeerd op aanwezigheid. De productnaam 'Hia' is op de menukaarten bijvoorbeeld op verschillende manieren gespeld: Hia, Hya, Hija, Heya, etc. Deze verschillende spellingen vallen in de database nu allemaal onder de productnaam 'Hia'. In de interventiegemeenten werden over het algemeen de exacte namen gebruikt die de telers aan de producten hebben gegeven. Ook hier zijn de namen echter soms net anders gespeld. Dit is eveneens zoveel mogelijk rechtgetrokken.

In Figuur 4.4 is apart voor de interventie- en vergelijkingsgemeenten een vergelijking gemaakt tussen de prijs per gram voor hasjproducten op T_0 en T_1. In de interventiegemeenten lag de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 21,12 ± 14,95) hoger dan op T_0 (€ 11,68 ± 6,46). In de vergelijkingsgemeenten lijkt er geen verschil te zijn tussen de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 12,65 ± 10,69) en T_0 (€ 10,62 ± 4,24).

De difference-in-differences-analyse tussen T_0/T_1 en interventie-/vergelijkingsgemeenten was significant (B = 7,42, SE = 1,08, p < 0,001). Dit betekent dat de gemiddelde prijs voor hasj in de interventiegemeenten tussen T_0 en T_1 met gemiddeld € 7,42 sterker is toegenomen dan in de vergelijkingsgemeenten.

Figuur 4.4 Gemiddelde prijs per gram voor hasjproducten in interventiegemeenten (A, *n* = 1.180) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 825) voor T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



In alle coffeeshops is het personeel gevraagd welk hasjproduct het meest werd verkocht. Enkele coffeeshops wilden geen productnaam doorgeven. Het aantal coffeeshops dat deze vragen heeft beantwoord lag een stuk hoger dan op T_0. Dit maakt dat de resultaten voorzichtig moeten worden geïnterpreteerd. Omdat de data geanonimiseerd zijn, kunnen we geen koppeling maken tussen de coffeeshops die ze op zowel T_1 als T_0 hebben doorgegeven. De prijs van de meest verkochte hasj lijkt in de interventiegemeenten op T_1 door de hogere spreiding niet te verschillen (€ 10,69 ± 8,39) van T_0 (€ 9,99 ± 1,79). Voor de vergelijkingsgemeenten lijkt er ook geen verschil te zijn tussen T_1 (€ 9,72 ± 2,75) en T_0 (€ 10,57 ± 2,59). Het lijkt daarmee dat de prijsstijging voor hasj niet geldt voor de meest verkochte hasjproducten. Een belangrijke kanttekening hierbij is dat het bepalen van de meest verkochte hasjproducten gebaseerd is op zelfrapportage van verkopers in de coffeeshop.

Tabel 4.4 Prijs per gram van de meest verkochte hasj (MVH) in interventie- en vergelijkingsgemeenten

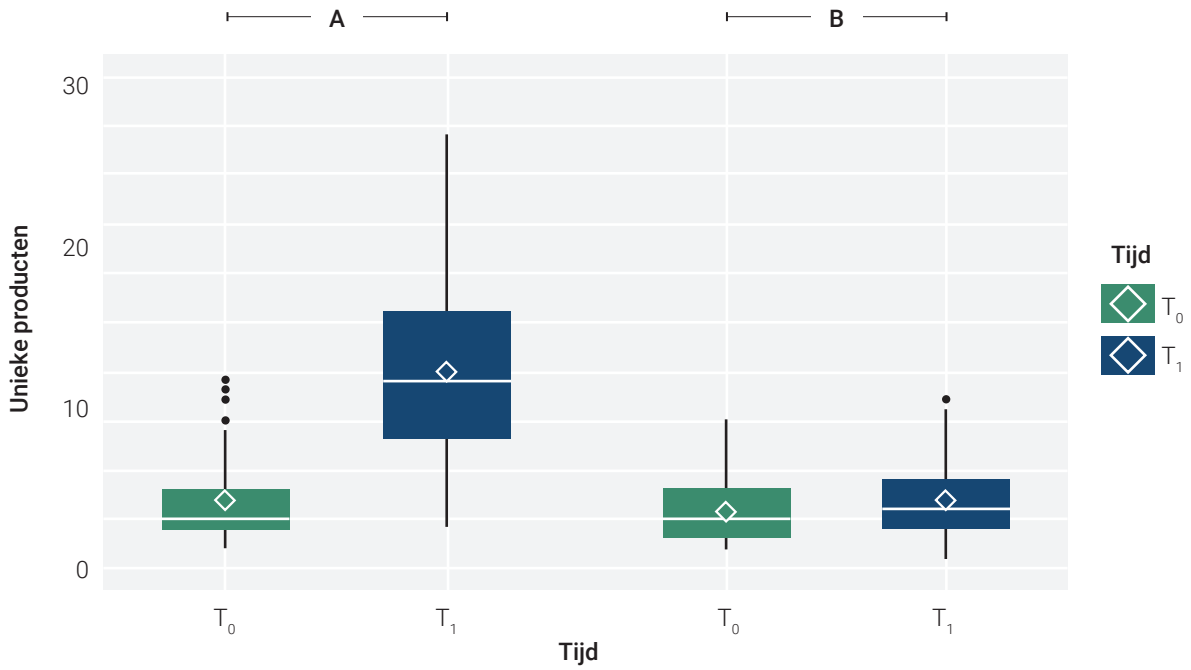
	T_0	Gemiddelde prijs EUR per gram ± SD (mediaan)	T_1	Gemiddelde prijs EUR per gram ± SD (mediaan)
	n		*n*	
MVH interventie	42	9,99 ± 1,79 (10)	62	10,69 ± 8,39 (9,75)
MVH vergelijking	44	10,57 ± 2,59 (10)	61	9,72 ± 2,75 (10)

4.4 Joints met tabak

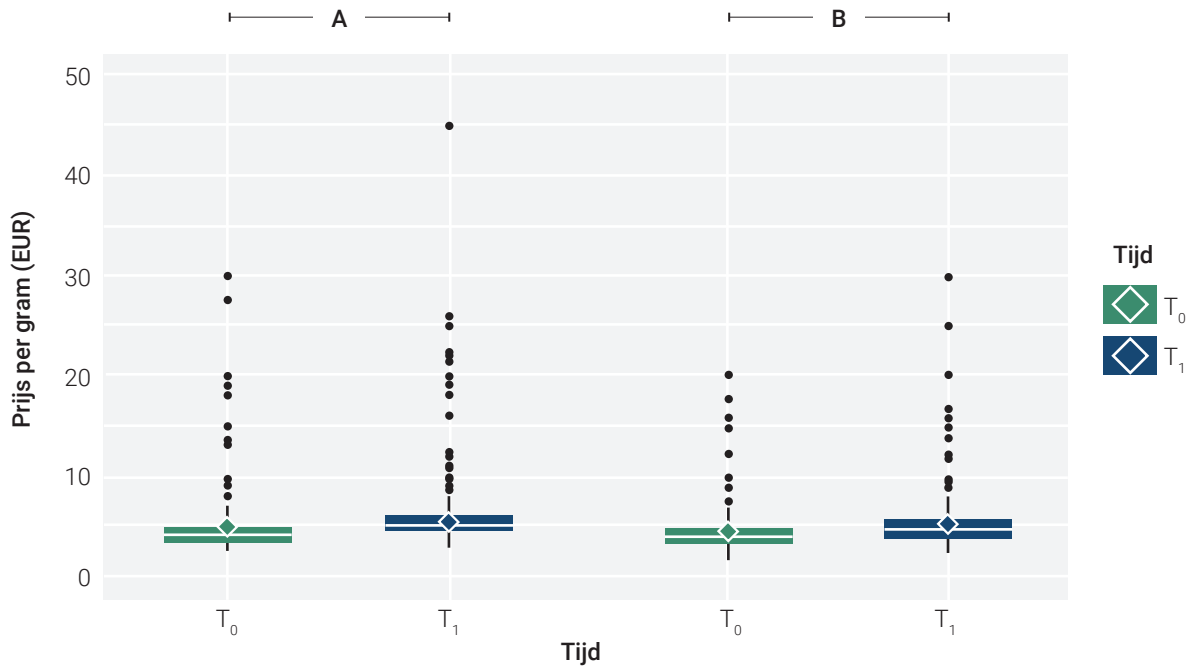
In bijna alle coffeeshops werden op T_1 joints met tabak verkocht. In de interventiegemeenten verkochten 66 (99%) coffeeshops joints met tabak en in de vergelijkingsgemeenten 63 (94%). Zoals ook is te zien in Figuur 4.5(A) boden de coffeeshops in de interventiegemeenten tussen de 4 en 44 producten aan. Gemiddeld stonden er 20,3 ± 8,7 unieke productnamen van joints met tabak op de menu's van de coffeeshops in de interventiegemeenten (mediaan is 19). Dat is bijna een verdriedubbeling ten opzichte van T_0 (7,0 ± 4,5). Figuur 4.5(B) laat zien dat de meeste coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten tussen de 1 en 16 jointproducten aanboden. Gemiddeld stonden er 6,8 ± 4,2 unieke productnamen van joints op de menu's van de interventiegemeenten (minimaal 1 en maximaal 17, met een mediaan van 6). Dat lijkt een zeer beperkte toename te zijn ten opzichte van T_0 (5,6 ± 3,6).

De difference-in-differences-analyse tussen T_0/T_1 en de interventie-/vergelijkingsgemeenten was significant (B = 12,10, SE = 1,47, p < 0,001). Dit betekent dat het aantal unieke productnamen voor joints met tabak in de interventiegemeenten tussen T_0 en T_1 met gemiddeld 12,10 productnamen sterker is toegenomen dan in de vergelijkingsgemeenten.

Figuur 4.5 Aantal unieke productnamen voor joints met tabak per coffeeshop in interventiegemeenten (A, *n* = 126) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 118) voor T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



Figuur 4.6 Prijs per joint met tabak in interventiegemeenten (A, *n* = 1.832) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 770) voor T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



In Figuur 4.6 is apart voor de interventie- en vergelijkingsgemeenten een vergelijking gemaakt tussen de prijs per gram voor jointproducten met tabak op T_0 en T_1. In de interventiegemeenten was er geen verschil in de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 5,43 ± 2,53) en T_0 (€ 5,01 ± 3,65). Ook in de vergelijkingsgemeenten was er geen verschil tussen de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 5,37 ± 2,8) en T_0 (€ 4,75 ± 2,49).

De difference-in-differences-analyse tussen T_0/T_1 en interventie/vergelijking was niet significant (*B* = -1,48, SE = 1,59, *p* = 0,354). Dit betekent dat de verandering in de gemiddelde prijs voor joints met tabak tussen T_0 en T_1 niet verschilt tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten.

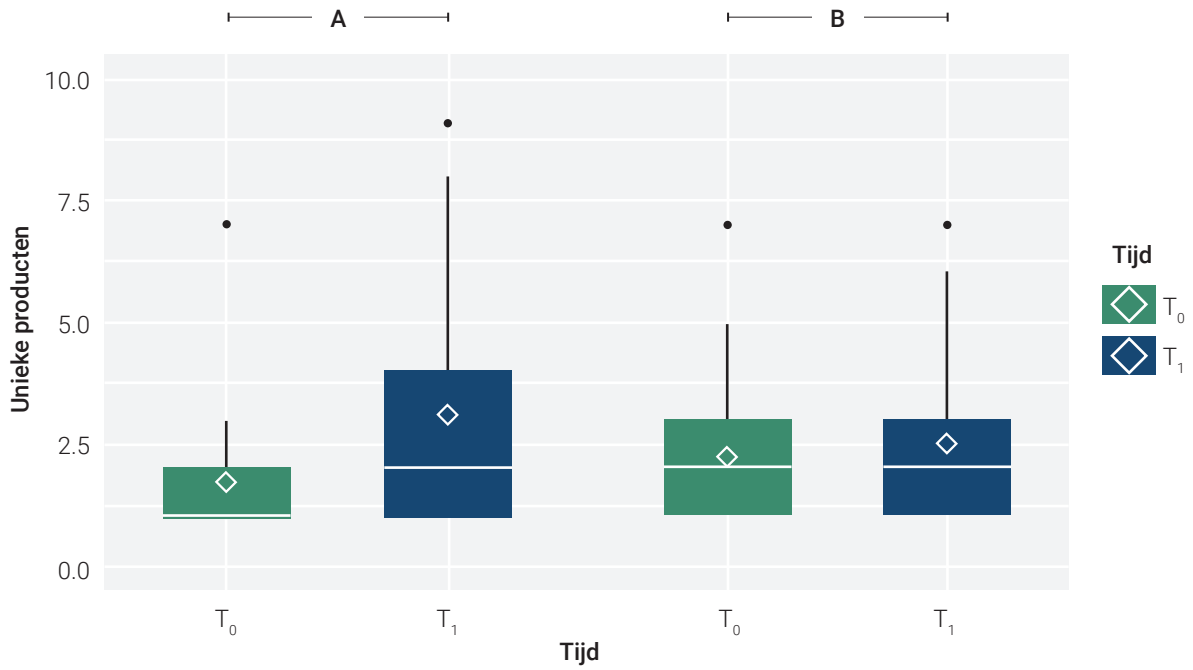
4.5 Joints zonder tabak

In een deel van alle coffeeshops werden op T_1 joints zonder tabak verkocht. In de interventiegemeenten verkochten 53 (79,1%) coffeeshops joints zonder tabak en in de vergelijkingsgemeenten 36 (54%). Zoals ook is te zien in Figuur 4.7(A) boden de coffeeshops in de interventiegemeenten tussen de 1 en 8 producten aan. Gemiddeld stonden er 3,1 ± 2,3 unieke productnamen joints zonder tabak op de menu's van de interventiegemeenten (minimaal 1 en maximaal 9, met een mediaan van 2). Dat lijkt een stijging ten opzichte van T_0 (1,7 ± 1,2). Figuur 4.7(B) laat zien dat de meeste coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten tussen de 1 en 6 unieke productnamen van joints zonder tabak aanboden. Gemiddeld

stonden er 2,5 ± 1,7 unieke productnamen van joints zonder tabak op de menu's van de interventiegemeenten (minimaal 1 en maximaal 7, met een mediaan van 2). Er lijkt geen verschil te zijn ten opzichte van T_0 (2,2 ± 1,5). Het verschil tussen T_0/T_1 en interventie-/vergelijkingsgemeenten is niet getoetst doordat de aantallen te laag zijn.

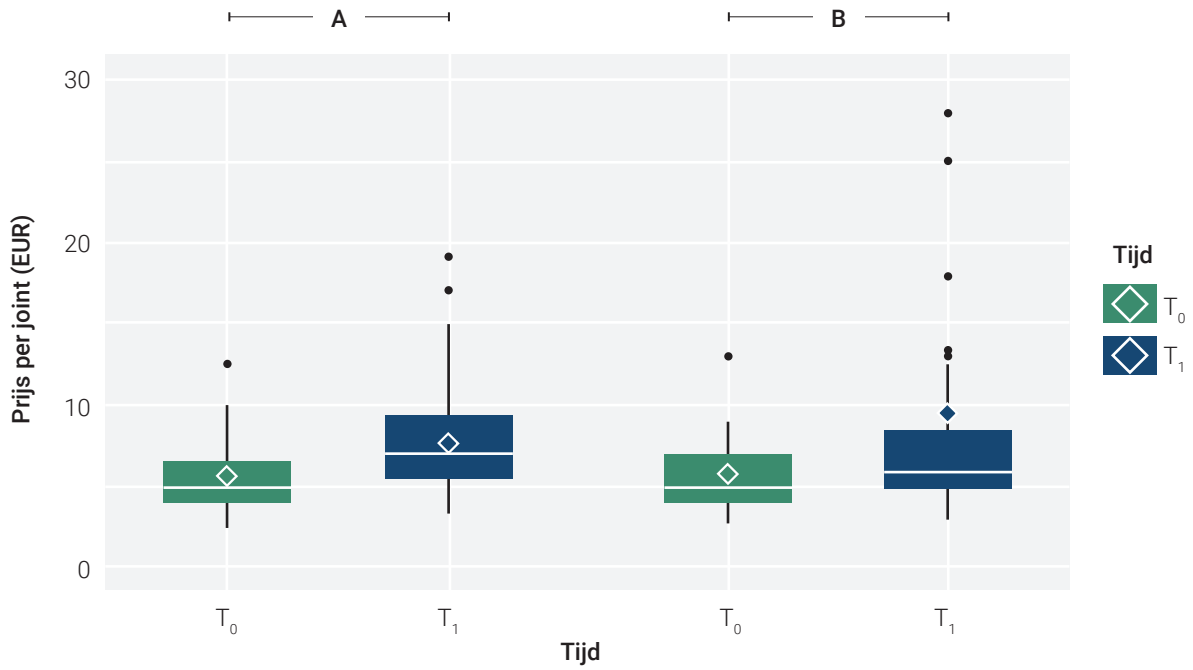
In Figuur 4.8 is apart voor de interventie- en vergelijkingsgemeenten een vergelijking gemaakt tussen de prijs per gram voor joints zonder tabak op T_0 en T_1. In de interventiegemeenten lijkt de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 7,65 ± 3,01) hoger ten opzichte van T_0 (€ 5,63 ± 2,23). Ook in de vergelijkingsgemeenten lijkt de gemiddelde prijs per gram op T_1 (€ 9,53 ± 12,78) hoger dan op T_0 (€ 5,82 ± 2,49), al is spreiding wel zeer groot door grote uitschieters.

Figuur 4.7 Aantal unieke productnamen voor joints zonder tabak per coffeeshop in interventiegemeenten (A, *n* = 78) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 61) voor T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



De difference-in-differences-analyse tussen T_0/T_1 en interventie-/vergelijkingsgemeenten was niet significant (*B* = -5,39, SE = 4,06, *p* = 0,188). Dit betekent dat de verandering in de gemiddelde prijs voor joints zonder tabak tussen T_0 en T_1 niet verschilt tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Figuur 4.8 Prijs per joint zonder tabak in interventiegemeenten (A, *n* = 211) en vergelijkingsgemeenten (B, *n* = 151) op T_0 en T_1. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



4.6 Overige cannabisproducten

Edibles

In 94% van de bezochte coffeeshops in de interventiegemeenten werden op T_1 edibles verkocht. Op T_0 was dit nog 34%. Gemiddeld hadden de coffeeshops in de interventiegemeenten die edibles verkochten 5,5 ± 3,3 unieke eetbare producten op het menu staan (minimum 1, maximum 15, met een mediaan van 5). Dit is een toename ten opzichte van T_0 (2,5 ± 1,3 unieke eetbare producten op de menu's). Gummies waren de meest voorkomende edibles met namen als 'Sinaasappel Sensatie', 'Lychee Wolken' en 'Bananen Bergen'. Verder stonden er koekjes, boterkoek en speculaas op de menukaarten. De gemiddelde prijs van edibles in de interventiegemeenten was € 6,09 ± 6,38 en op T_0 € 9,77 ± 7,75. Doordat vaak informatie ontbrak over hoeveel edibles per aankoop verkregen werden (of de prijs per stuk of per verpakking was), kunnen er geen uitspraken worden gedaan over de vergelijking met T_0.

In 61% van de bezochte coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten werden edibles verkocht. Op T_0 was dit nog 44%. Gemiddeld hadden de coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten die edibles verkochten 5,7 ± 3,6 unieke eetbare producten op de menukaarten staan (minimum 1, maximum 18, met een mediaan van 5). Dit lijkt niet te verschillen ten opzichte van T_0 (4,4 ± 3,8). Er stonden veel verschillende edibles op de menukaarten, waaronder koekjes, muffins, gummies, cake, stroopwafels, chocolade en honing. Er was niet één soort edible die veel vaker dan de andere op de menukaarten stond. De gemiddelde prijs van edibles in de vergelijkingsgemeenten was € 10,00 ± 10,07 en op T_0 € 9,07 ± 10,57. Doordat vaak informatie ontbrak over hoeveel edibles per aankoop verkregen werden, kunnen er geen uitspraken worden gedaan over de vergelijking met T_0.

Concentraten

In 70% van de bezochte coffeeshops in de interventiegemeenten werden concentraten verkocht. Op T_0 was dit nog 17%. Gemiddeld hadden de coffeeshops in de interventiegemeenten die concentraten verkochten 3,6 ± 2,9 unieke concentraten op de menukaarten staan (minimum 1, maximum 17, met een mediaan van 3). De meest voorkomende namen voor concentraten waren 'ZoZ', 'Forbidden Joy' en 'Permanent Marker'. Dit waren allemaal rosinconcentraten. De gemiddelde prijs per gram van concentraten in de interventiegemeenten was € 51,42 ± 13,31 en op T_0 € 32,09 ± 7,29. Omdat het op T_0 slechts om prijzen van 11 producten ging, kunnen er geen conclusies worden getrokken over een verschil tussen T_0 en T_1.

In 27% van de bezochte coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten werden concentraten verkocht. Op T_0 was dit 23%. Gemiddeld hadden de coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten die concentraten verkochten 2,8 ± 2,7 unieke concentratenproducten op de menukaarten staan (minimum 1, maximum 11, met een mediaan van 1,5). De meest voorkomende naam voor concentraten was 'Moon Rock' (wiettoppen gedrenkt in cannabisolie en vervolgens gerold door kiefpoeder). De gemiddelde prijs van concentraten in de vergelijkingsgemeenten was € 61,66 ± 26 en op T_0 € 45,13 ± 23,93. Omdat het op T_0 slechts om prijzen van 19 producten ging, kunnen er geen conclusies worden getrokken over een verschil tussen T_0 en T_1.

Vapes

In 67% van de bezochte coffeeshops in de interventiegemeenten werden vapes verkocht. Op T_0 was dit nog 0%. Gemiddeld hadden de coffeeshops in de interventiegemeenten die vapes verkochten 3,0 ± 1,8 unieke vapeproducten op de menukaarten staan

(minimum 1, maximum 9, met een mediaan van 3). De meest voorkomende namen voor vapes waren ‘Crumbled Lime’ en ‘ZoZ’. Deze namen komen overeen met de namen voor de concentraten omdat er rosin in de vapes zit. De gemiddelde prijs van vapes in de interventiegemeenten was € 46,31 ± 14,29.

In 10% van de bezochte coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten werden vapes verkocht. Op T_0 was dit 0%. Gemiddeld hadden de coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten die vapes verkochten 4,3 ± 2,4 unieke vape-producten op de menukaarten staan (minimum 1, maximum 8, met een mediaan van 4). De gemiddelde prijs van vapes in de vergelijkingsgemeenten was € 54,22 ± 23,35. Er waren geen productnamen voor vapes die veel vaker voorkwamen dan andere productnamen.

5 Coffeeshops en bezoekers

Kernpunten van dit hoofdstuk

- **Geen verandering tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in aantal bezoekers van de coffeeshops.**
  Er is geen significante verandering in het aantal bezoekers van de coffeeshop op verschillende dagen en tijdstippen tussen T_0 en T_1 tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.
- **Geen verandering tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in de koopfrequentie van bezoekers.**
  Er is een significante verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel bezoekers dat vaker dan één keer per week de coffeeshop bezoekt om hasj of wiet te kopen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.
- **De belangrijkste redenen om een coffeeshop te bezoeken zijn gelijk gebleven.**
  Net als op T_0 zijn een goede sfeer, gezelligheid en/of vriendelijk personeel, de gunstig gelegen en goed te bereiken locatie en de verkoop van hoge kwaliteit cannabis de meest genoemde redenen om de coffeeshop te bezoeken. Op T_1 noemt 4% van de respondenten dat wiet kocht het gereguleerde aanbod specifiek als reden om de betreffende coffeeshop te bezoeken.
- **In interventiegemeenten wordt op T_1 sfeer, gezelligheid en/of vriendelijk personeel relatief vaker genoemd terwijl het aandeel respondenten dat de kwaliteit van de wiet en hasj noemt sterker is afgenomen.**
  Tussen T_0 en T_1 nam het aandeel respondenten dat wiet kocht in interventiegemeenten en een goede sfeer, gezelligheid en/of vriendelijk personeel als redenen noemde om de betreffende coffeeshop te bezoeken, significant sterker toe dan in vergelijkingsgemeenten. Het aandeel respondenten dat de kwaliteit van de wiet als reden noemt om een specifieke coffeeshop te bezoeken, is in interventiegemeenten significant afgenomen ten opzichte van vergelijkingsgemeenten. Het aandeel respondenten dat de kwaliteit van de hasj als reden noemt om de coffeeshop te bezoeken, is in interventiegemeenten significant sterker afgenomen ten opzichte van vergelijkingsgemeenten.
- **In interventiegemeenten is het aantal gram wiet dat per transactie gekocht wordt toegenomen en is de beoordeling van de prijs-kwaliteitverhouding van wiet sterker verbeterd, voor hasj zijn geen significante veranderingen gevonden.**
  De toename van het aantal gram wiet dat per transactie tussen T_0 en T_1 werd gekocht, is

groter in interventiegemeenten dan in vergelijkingsgemeenten. De beoordeling van de prijs-kwaliteitverhouding van wiet is tussen T_0 en T_1 in interventiegemeenten sterker verbeterd dan in vergelijkingsgemeenten.

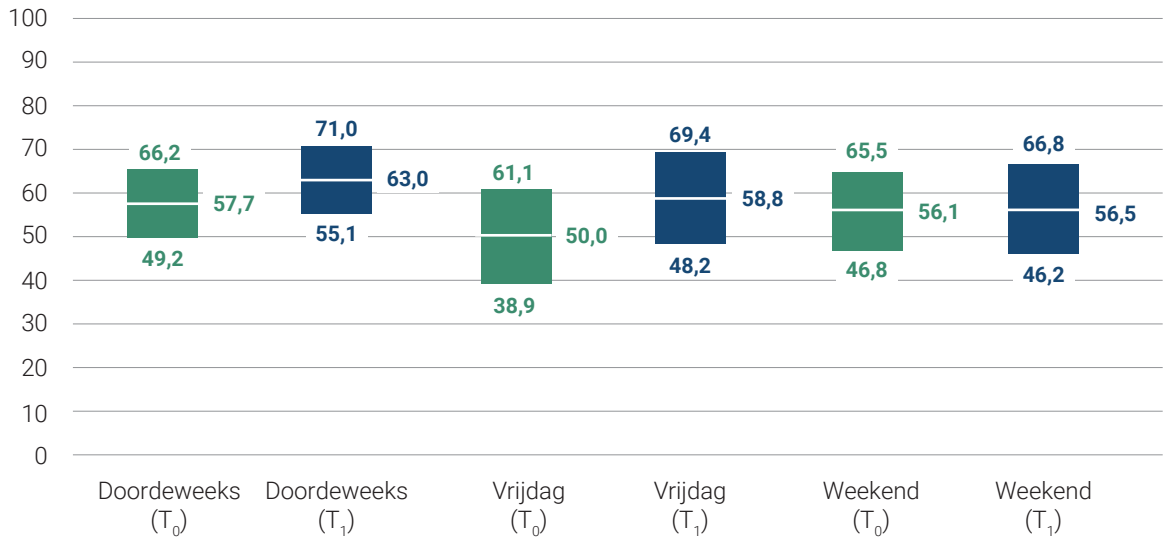
- **Op T_1 kocht 17% van de respondenten in interventiegemeenten edibles en 5% vapeproducten, tegenover respectievelijk 11% en 2% in vergelijkingsgemeenten.**
  De vraag of respondenten in de voorgaande 30 dagen ook edibles of vapeproducten gekocht hebben is op T_1 voor het eerst is gesteld. Hierdoor is het niet mogelijk om de uitkomsten te vergelijken met T_0 of deze statistisch te toetsen.
- **De meest genoemde veranderingen van koopgedrag van respondenten in interventiegemeenten op T_1 zijn: 1) (vaker) wiet in de coffeeshop kopen, 2) minder (vaak) hasj in de coffeeshop kopen, 3) minder (vaak) wiet in de coffeeshop kopen, 4) (vaker) hasj in de coffeeshop kopen.**
  Op T_1 is voor het eerst de vraag gesteld of er iets is veranderd in het koopgedrag van respondenten. Hierdoor is het niet mogelijk om de uitkomsten te vergelijken met T_0 of deze statistisch te toetsen.
- **In interventiegemeenten is sprake van een sterkere toename van bezoekers die alleen wiet gebruiken, er zijn geen andere verschillen in gebruikspatronen.**
  Het aandeel respondenten dat in de afgelopen 30 dagen alleen of meestal wiet had gebruikt (ten opzichte van alleen hasj, meestal hasj, en wiet en hasj ongeveer even vaak), is tussen T_0 en T_1 in interventiegemeenten sterker toegenomen dan in vergelijkingsgemeenten. Interventie- en vergelijkingsgemeenten tonen geen significante verschillen tussen T_0 en T_1 wat betreft de frequentie van cannabisgebruik, gebruiksdagen en het aantal joints op een gebruiksdag.
- **Geen verschillen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in ervaren gezondheid en het risico op een cannabisstoornis.**
  Ongeveer driekwart van de respondenten in interventie- en vergelijkingsgemeenten beoordeelt de eigen gezondheid als goed tot zeer goed. Interventie- en vergelijkingsgemeenten verschillen niet significant in veranderingen in ervaren gezondheid tussen T_0 en T_1. Ongeveer twee derde van de coffeeshopbezoekers in de interventie- en vergelijkingsgemeenten heeft een verhoogd risico op een cannabisstoornis op basis van de *Cannabis Abuse Screening Test* (CAST)-vragenlijst. De verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel respondenten met een CAST-score van 8 of hoger verschilt niet significant tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.

In dit hoofdstuk schetsen we een beeld van de coffeeshops in de interventie- en vergelijkingsgemeenten en hun bezoekers. Dat doen we in de eerste plaats door het tellen van het aantal coffeeshopbezoeken, waarmee we een schatting maken van het aantal coffeeshopbezoeken. Daarnaast is een enquête afgenomen onder coffeeshopbezoekers (hierna: respondenten) in de nabijheid van coffeeshops in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten. Het doel van deze enquêtes was inzicht te krijgen in het bezoek- en koopgedrag van de respondenten, en informatie te verzamelen over de ervaren gezondheidseffecten van cannabisproducten.

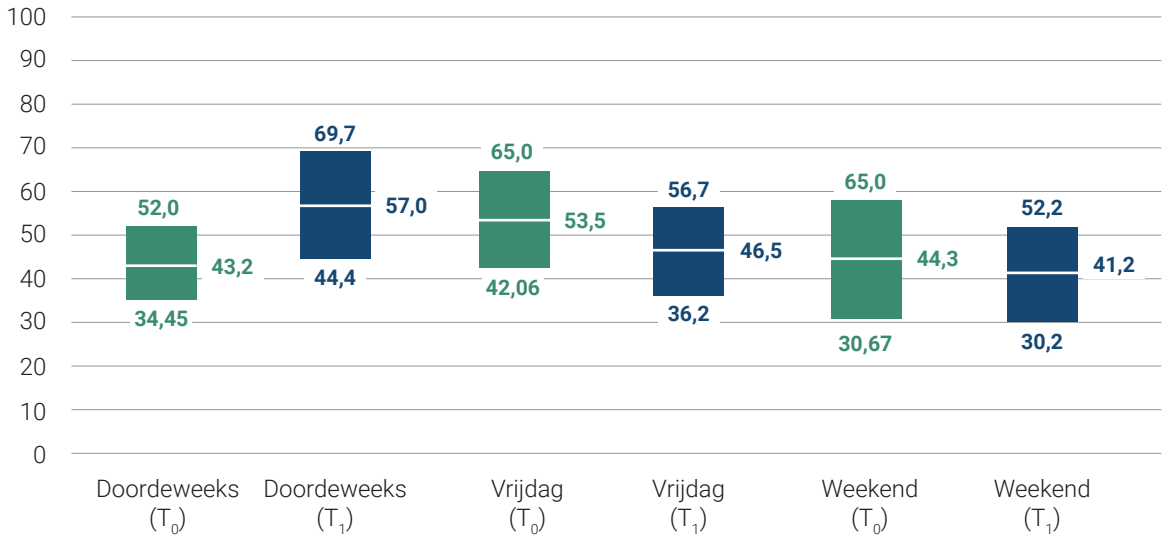
5.1 Tellingen coffeeshopbezoek

De tellingen werden verricht tijdens het veldwerk, van september tot en met november 2025, de opzet van de dataverzameling wordt uitgebreider toegelicht in hoofdstuk 2. Tijdens een telling werd gedurende vijf minuten bijgehouden hoeveel bezoekers bij de coffeeshop naar binnen gingen. De resultaten van de individuele tellingen zijn samengenomen en geëxtrapoleerd om tot puntschatters te komen voor dagtypes en -delen per gemeente, en vervolgens geëxtrapoleerd naar puntschatters voor dagtypes en -delen voor interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Figuur 5.1 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 en T_1, per dagtype, met 95% betrouwbaarheidsmarge



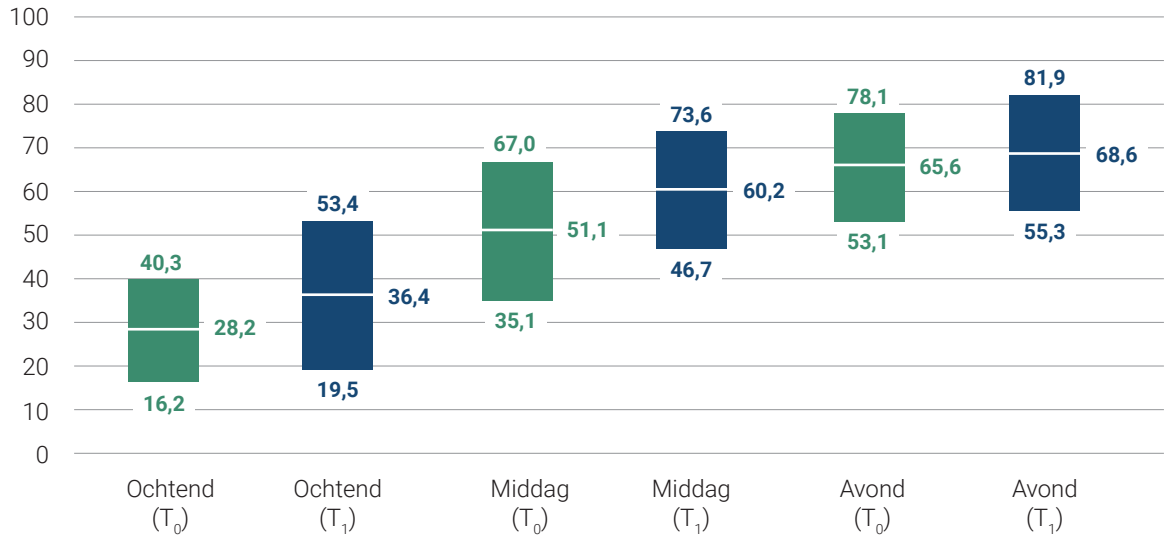
Figuur 5.2 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1, per dagtype, met 95% betrouwbaarheidsmarge



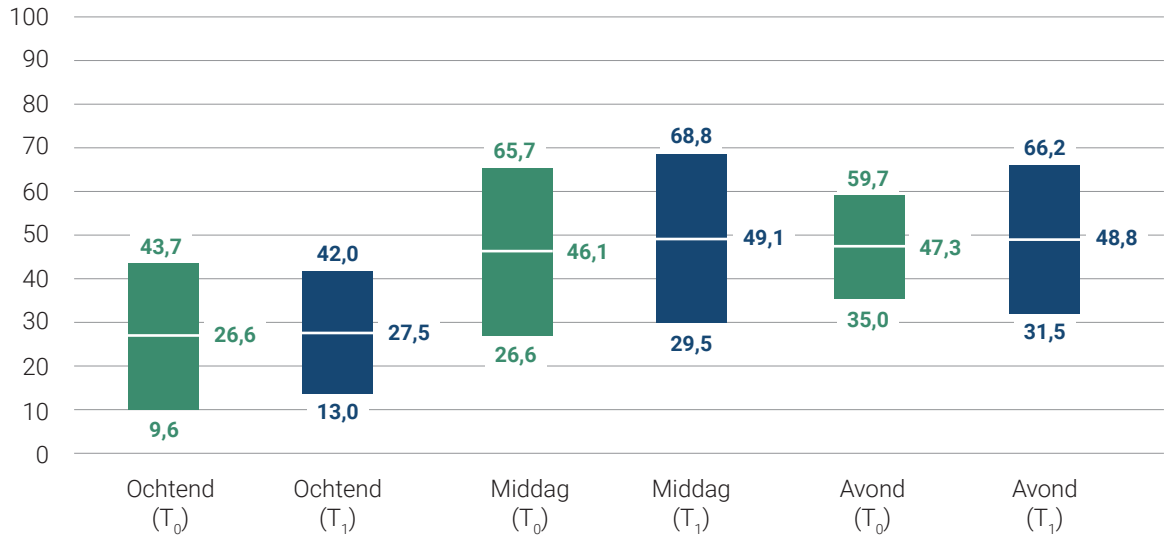
De gemiddelde puntschatters van het aantal bezoeken per uur in de interventiegemeenten op T_1 bedragen respectievelijk 63,0 (doordeweekse dagen), 58,8 (vrijdagen) en 56,5 (weekenddagen). Zie ook Figuur 5.1. De puntschatters in de vergelijkingsgemeenten bedragen op T_1 respectievelijk 57,0 (doordeweekse dagen), 46,5 (vrijdagen) en 41,2 (weekenddagen). Zie ook Figuur 5.2.

Bij een openingstijd van tien uur per dag, ontvingen coffeeshops in de interventiegemeenten naar schatting gemiddeld 605 bezoekers per dag. op T_0 ging dit om gemiddeld 560 bezoeken per dag. Coffeeshops in de vergelijkingsgemeenten verwerkten tijdens T_0 zo'n 450 bezoeken en tijdens T_1 zo'n 510 bezoeken. Op basis van onze schatting leken coffeeshopbezoekers de voorkeur te geven aan een bezoek in de middag (tussen 12:00 en 18:00 uur) of avond (na 18:00 uur). Zie ook Figuur 5.3 en Figuur 5.4.

Figuur 5.3 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 en T_1, per dagdeel, met 95% betrouwbaarheidsmarges



Figuur 5.4 Geschat aantal bezoeken per uur aan een coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1, per dagdeel, met 95% betrouwbaarheidsmarges



Het gemiddelde aantal bezoeken toetsten we met een *univariate* ANOVA. Daarbij zijn alle tellingen per dagtype en periode geanalyseerd en is geen rekening gehouden met het aantal tellingen per coffeeshop of gemeente. Uit de toets blijkt geen verschil tussen T_0 en T_1 in de ontwikkeling van het aantal bezoekers per dagtype tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Ook in het aantal bezoekers in de ochtend, middag en avond op T_0 en T_1 is er tussen de interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten geen afwijkende verandering opgetreden ($F (2, 2402) = 0,03$, $p = 0,968$). Het aantal bezoekers per dagdeel verschilt wel significant van elkaar. Post-hoc analyses met Bonferroni-correctie laten zien dat in de interventiegroep het gemiddeld aantal bezoekers per vijf minuten in de ochtend lager is dan in de middag ($p < 0,001$) en de avond ($p < 0,001$). Het verschil tussen het aantal bezoekers in de middag en avond is daarentegen niet significant. In de controlegroep verschilden alle dagdelen significant van elkaar: het laagste aantal bezoekers werd in de ochtend geteld, een hoger aantal in de middag en het hoogste aantal in de avond ($p < 0,001$). De post-hoc analyses met Bonferroni-correctie zijn uitgevoerd over alle observaties (T_0 en T_1 samen) binnen de interventie- en vergelijkingsgemeenten.

5.2 De coffeeshopbezoekers

In deze paragraaf bespreken we de resultaten van de enquête onder coffeeshopbezoekers, de opzet van de dataverzameling wordt uitgebreider toegelicht in hoofdstuk 2.5.

Leeftijd en geslacht

In de interventiegemeenten bedroeg de gemiddelde leeftijd van de respondenten 32 jaar, variërend van 18 tot 75 jaar. Onder de 426 respondenten waren 346 mannen (82%) en 78 vrouwen (18%). In de vergelijkingsgemeenten was de gemiddelde leeftijd 34 jaar, waarbij de jongste respondent 18 en de oudste 74 jaar oud was. Onder de 438 respondenten in de vergelijkingsgemeenten waren 361 mannen (82%) en 77 vrouwen (18%).

Hoofdactiviteit en hoogst afgeronde opleiding

De primaire dagelijkse activiteit van het merendeel van de deelnemers in de interventiegemeenten was werkende met betaald werk (64%), gevolgd door studerend (16%) en werkzoekend (8%). Op T_0 was het aantal scholieren of studerende 27%, zoals af te lezen uit Tabel 5.1. Een vergelijkbaar patroon is te zien in de vergelijkingsgemeenten, waar het overgrote deel van de respondenten werkende met betaald werk (65%) was, gevolgd door scholier of student (16%) en werkzoekend (8%). Er ontbrak één antwoord op deze vraag.

Het opleidingsniveau van de respondenten is verdeeld in de categorieën basis (geen opleiding, basisonderwijs, mavo, mulo, lts, vmbo, mbo 1, avo (onderbouw), gemiddeld (hbs, havo, vwo, mbo 2/3/4), en hoog (hbo, wo bachelor, wo master, doctor). Hierbij kijken we naar het hoogste diploma of het hoogst gevolgde niveau (als de respondent aangaf nog bezig te zijn met een opleiding). In de interventiegemeenten was het opleidingsniveau van 20% van de respondenten (86 personen) basis, van 47% (200 personen) gemiddeld en van 30% (127 personen) hoog. Van 3% van de respondenten (12 personen) bleef het antwoord op deze vraag uit of was het opleidingsniveau niet duidelijk. In de vergelijkingsgemeenten had 18% van de respondenten (80 personen) een basisopleidingsniveau, 52% (229 personen) een gemiddeld niveau en 28% (122 personen) hoog. Van 2% van de respondenten (7 personen) bleef onduidelijk welk opleidingsniveau ze hadden of werd geen antwoord gegeven op deze vraag.

Tabel 5.1 Hoofdactiviteit overdag en opleidingsniveau van de respondenten op T_0 en T_1

	Interventie				Vergelijking			
Hoofdactiviteit*	**T_0 (*n* = 490)**		**T_1 (*n* = 426)**		**T_0 (*n* = 431)**		**T_1 (*n* = 438)**	
	n	**%**	***n***	**%**	***n***	**%**	***n***	**%**
Werkende met betaald werk	293	60%	273	64%	273	63%	287	65%
Scholier of studerende	134	27%	72	16%	83	19%	70	16%
Werkzoekende	29	6%	33	8%	27	6%	34	8%
Arbeidsongeschikt	18	4%	26	4%	22	5%	16	4%
Gepensioneerd of met vervroegd pensioen	10	2%	4	<1%	11	3%	10	2%
Vrijwilliger	2	<1%	8	2%	3	<1%	1	<1%
Huisman/huisvrouw	1	<1%	2	<1%	1	<1%	5	1%
Anders	2	<1%	3	<1%	11	3%	13	3%
Wil ik niet zeggen	1	<1%	5	1%	0	0%	2	<1%
Opleidingsniveau**	***n***	**%**	***n***	**%**	***n***	**%**	***n***	**%**
Basis	94	19%	86	20%	88	20%	80	18%
Gemiddeld	191	39%	200	47%	210	49%	229	52%
Hoog	197	40%	127	30%	127	30%	122	28%
Onduidelijk en/of wil ik niet zeggen	7	1%	12	3%	6	1%	7	2%

** Zowel op T_0 als op T_1 ontbreekt één antwoord op deze vraag. ** Zowel op T_0 als op T_1 ontbreken twee antwoorden op deze vraag.*

5.3 Coffeeshopbezoek en aankoopgedrag

Na hun aankoop in een coffeeshop werd de respondenten gevraagd naar hun coffeeshopbezoek en aankoopgedrag. Ten eerste werd geïnformeerd of zij wiet, hasj of beide in de coffeeshop hadden aangeschaft. Om de vragenlijst niet te uitgebreid te maken voor respondenten die zowel wiet als hasj hadden gekocht, werden alleen vervolgvragen gesteld over de aankoop en het gebruik van hasj, en niet van wiet. Voorafgaand aan het onderzoek werd op basis van eerdere studies ingeschat dat het aantal respondenten dat hasj koopt aanzienlijk kleiner is dan het aantal respondenten dat wiet koopt. Tabel 5.2 bevestigt deze veronderstelling: meer dan driekwart van de coffeeshopbezoekers kocht zowel op T_0 als op T_1 wiet, en minder dan een kwart hasj of beide. Het verkrijgen van informatie over hasjaankopen is van belang, gezien de vragen over de kwaliteit van de binnen het kader van het experiment geteelde hasj.

Tabel 5.2 Aankoop van coffeeshopbezoekers vóór bevraging en gestelde vervolgvragen op T_0 (*n* = 922) en T_1 (*n* = 863)

	Interventie				Vergelijking			
Zojuist gekocht in de coffeeshop	T_0 (*n* = 491)		T_1 (*n* = 426)		T_0 (*n* = 431)		T_1 (*n* = 437)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Wiet (vervolgvragen wiet)	379	77%	357	84%	336	78%	329	75%
Hasj (vervolgvragen hasj)	85	17%	49	12%	76	18%	86	20%
Beide (vervolgvragen hasj)	27	6%	20	5%	19	4%	22	5%

Op T_1 werd respondenten gevraagd of ze in de afgelopen 30 dagen edibles, vape-pen of navulling voor een vape-pen hadden gekocht. In interventiegemeenten hadden 74 respondenten in de afgelopen 30 dagen edibles gekocht (17%). In vergelijkingsgemeenten waren dit 47 respondenten (11%). In interventiegemeenten kochten 23 respondenten (5%) in de afgelopen 30 dagen (ook) een vape-pen of navulling voor een vape-pen. In vergelijkingsgemeenten waren dit 10 respondenten (2%).[18]

Figuur 5.5 en Figuur 5.6 tonen voor de interventie- en vergelijkingsgemeenten per cannabisproduct de frequenties van het koopgedrag van respondenten. Per product wordt onderscheid gemaakt in:

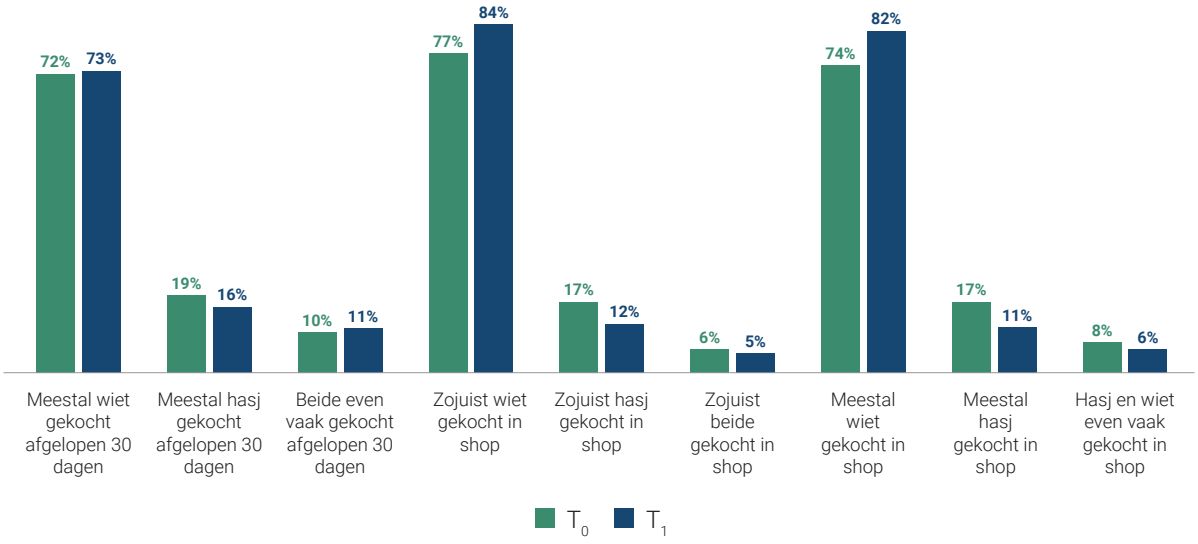
- Algemeen aankoopgedrag van de respondent in de afgelopen 30 dagen in de coffeeshop, online of elders, waarbij ook alle typen cannabisproducten genoemd mogen worden (links in de figuur),
- Aankoopgedrag van de respondent zojuist in de coffeeshop. De enquête werd direct na de aankoop afgenomen bij de respondenten; op basis van deze vraag zijn ook de vervolgvragen bepaald (midden in de figuur).
- Algemeen aankoopgedrag van de respondent in de coffeeshop waar zij zijn bevraagd, met de vraag: "Wat koop je meestal in deze coffeeshop?" (rechts in de figuur).

Figuur 5.5 laat zien dat wiet in de interventie- en vergelijkingsgemeenten in alle hierboven beschreven categorieën door respondenten het meest gekocht werd. Om een eventuele verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel respondenten dat wiet en hasj koopt te toetsen zijn de antwoordopties verdeeld in twee categorieën: 1) wiet en 2) hasj en hasj en wiet beide. Er is geen verandering tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in het aandeel respondenten dat meestal wiet kocht in de afgelopen 30 dagen (*B* = -0,05, SE = 0,04, *p* = 0,256).

De toename van het aandeel respondenten dat zojuist wiet kocht nam in de interventiegemeenten sterker toe dan in de vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,09, SE = 0,04, *p* < 0,05). Ook het aandeel respondenten dat meestal wiet kocht in de coffeeshop waar ze bevraagd werden, is tussen T_0 en T_1 in interventiegemeenten sterker toegenomen dan in vergelijkingsgemeenten (B = -0,09, SE = 0,04, p = < 0,05).

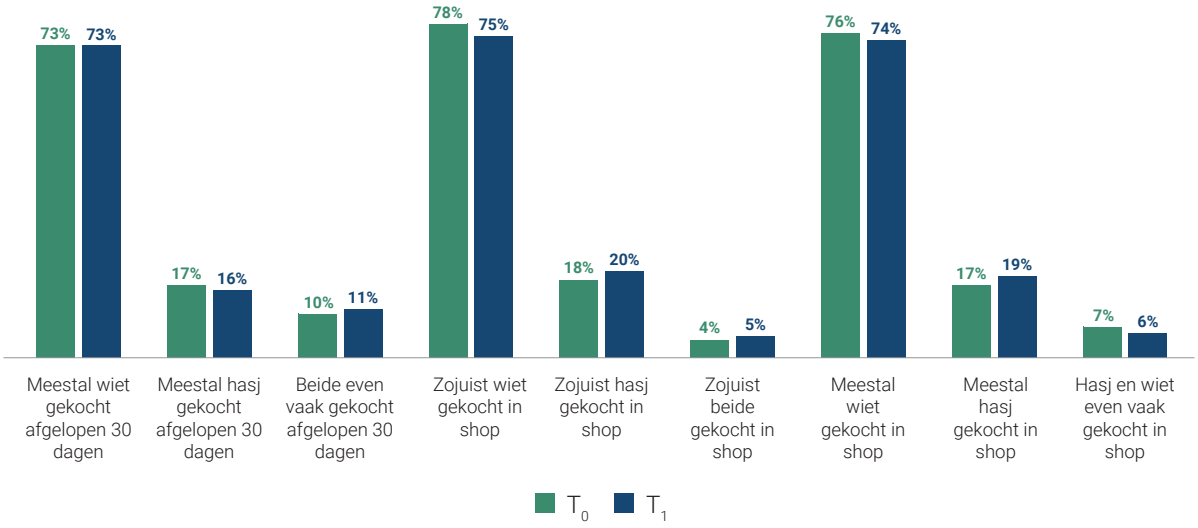
18 In enkele vergelijkingsgemeenten is het volgens lokale beleidsregels niet toegestaan dat coffeeshops edibles en/of vapes te verkopen.

Figuur 5.5 Algemeen koopgedrag van respondenten in de interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen (T_0 *n* = 490*, T_1 *n* = 426) zojuist in de coffeeshop (T_0 *n* = 491, T_1 *n* = 426) en meestal in de coffeeshop (T_0 *n* = 486, T_1 *n* = 421**) voor wiet, hasj en beide**



** Eén antwoord in de categorie meestal gekocht in afgelopen 30 dagen ontbrak. ** Vijf respondenten in de laatste categorie meestal cannabis gekocht bezochten de betreffende coffeeshop voor het eerst.*

Figuur 5.6 Algemeen koopgedrag van de respondenten in de vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen (T_0 *n* = 431, T_1 *n* = 439) zojuist in de coffeeshop (T_0 *n* = 431, T_1 *n* = 437*) en meestal in de coffeeshop (T_0 *n* = 431, T_1 *n* = 433) voor wiet, hasj en beide**



** Twee antwoorden in de categorie zojuist gekocht in de coffeeshop ontbraken. ** Zes respondenten in de laatste categorie meestal cannabis gekocht bezochten de betreffende coffeeshop voor het eerst.*

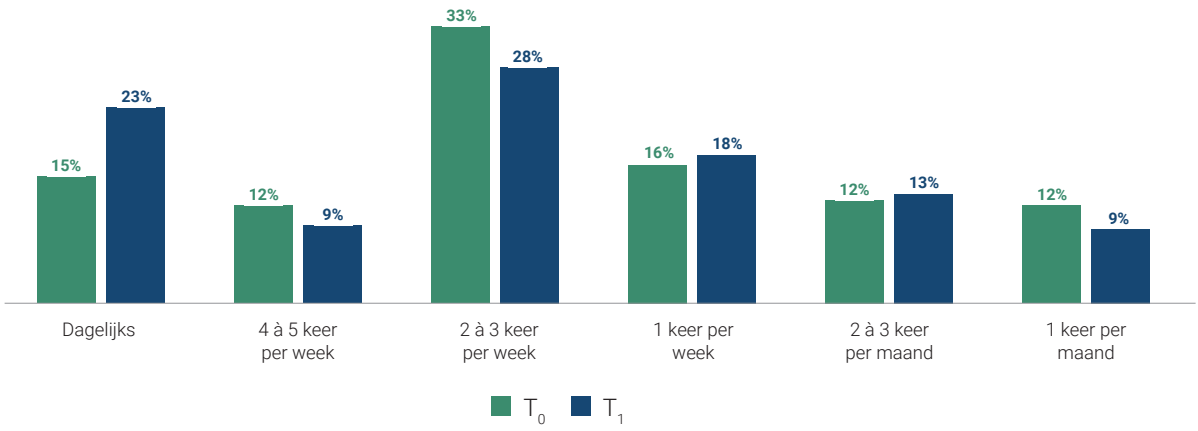
Frequentie van cannabis aankopen in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen

Aan de respondenten die zojuist wiet dan wel hasj hadden gekocht, werd gevraagd hoe vaak zij dit in de afgelopen 30 dagen bij deze coffeeshop hadden gedaan. De uitkomsten voor de interventiegemeenten zijn weergegeven in Figuur 5.7 en Figuur 5.9. Het aandeel bezoekers dat de coffeeshop meer dan één keer per week bezocht is relatief groot. Waarschijnlijk betreft dit een overschatting omdat degenen die vaak naar de coffeeshop gaan een grotere kans hadden om een interviewer te treffen bij de coffeeshop. Zij hadden hierdoor een grotere kans om uitgenodigd te worden voor deelname aan het onderzoek, dan bezoekers die de coffeeshop minder vaak bezoeken.

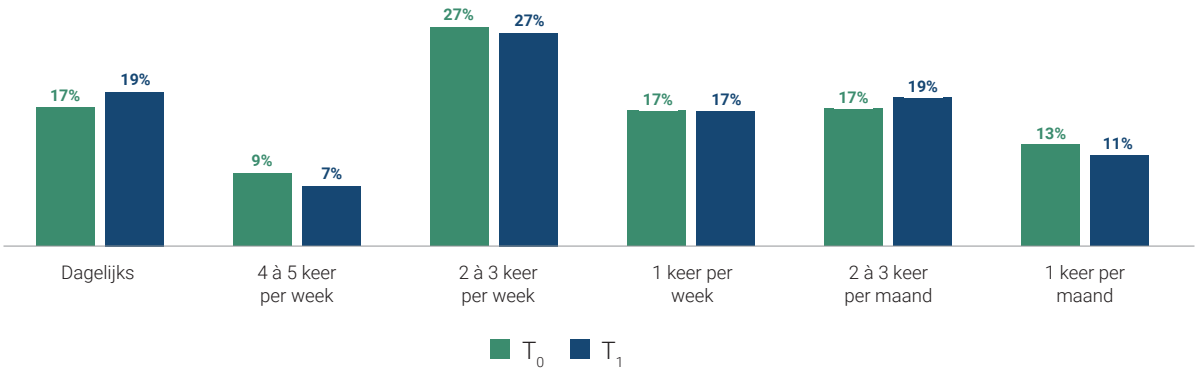
Om veranderingen in de frequentie waarmee respondenten wiet en hasj kochten tussen de interventiegemeenten en de vergelijkingsgemeenten te toetsen, zijn de antwoordopties verdeeld in twee categorieën: 1) de groep die maximaal 1 keer per week bij de coffeeshop kopen en 2) de groep die vaker dan 1 keer per week bij de coffeeshop cannabis kopen.

Er is geen verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel respondenten dat vaker dan 1 keer per week wiet koopt tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,00, SE = 0,05, *p* = 0,933). Ook onder respondenten die hasj kopen is er geen verschil in verandering van het aandeel dat vaker dan 1 keer per week hasj koopt tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,18, SE = 0,10, *p* = 0,083).

Figuur 5.7 Frequentie van aankopen voor wiet van respondenten in interventiegemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 379) en T_1 (*n* = 356)

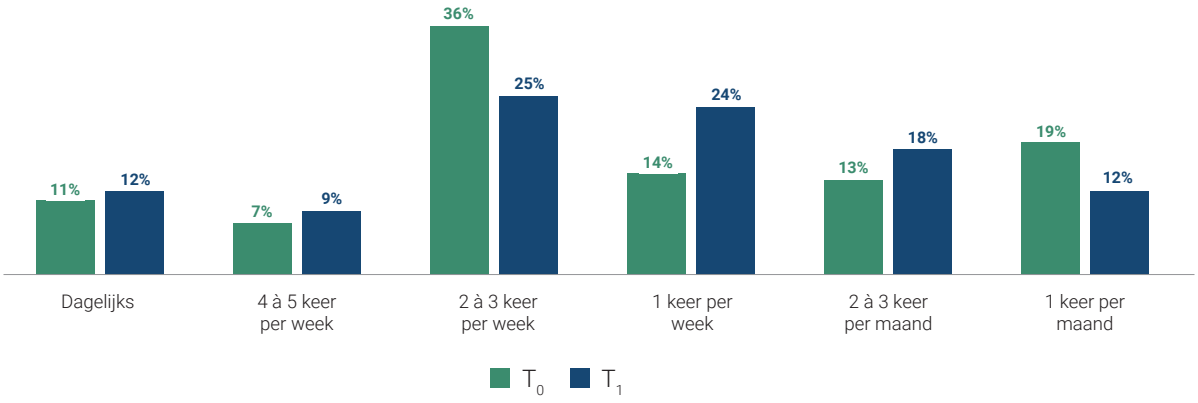


Figuur 5.8 Frequentie van aankopen voor wiet van respondenten vergelijkingsgemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 333*) en T_1 (*n* = 112)

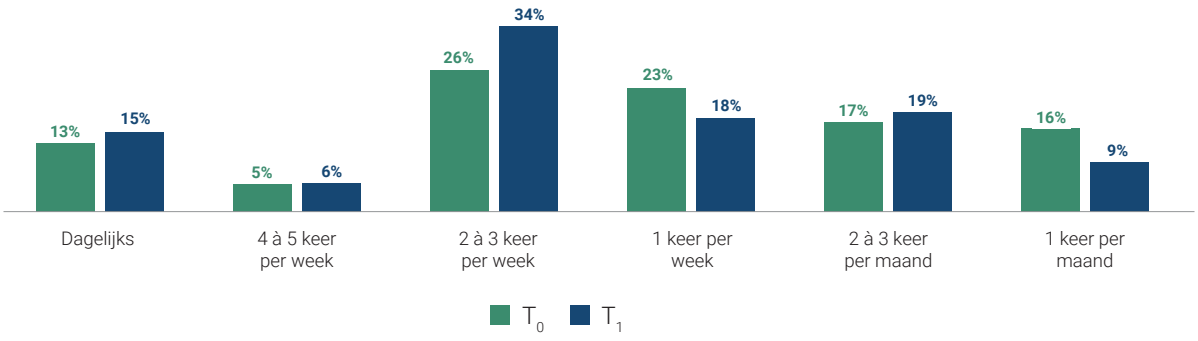


** Eén antwoord op deze vraag ontbreekt.*

Figuur 5.9 Frequentie van aankopen voor hasj van respondenten in interventiegemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 112) en T_1 (*n* = 67)



Figuur 5.10 Frequentie van aankopen voor hasj van respondenten vergelijkingsgemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 95) en T_1 (*n* = 108)



Figuur 5.8 en Figuur 5.10 tonen dat respondenten in de vergelijkingsgemeenten het vaakst twee á drie keer per week wiet of hasj in de coffeeshop kopen (respectievelijk 27% voor wiet en 34% voor hasj).

Plaats van cannabisaankopen in de afgelopen 30 dagen

Aan de respondenten werd gevraagd waar zij in de afgelopen 30 dagen cannabis hadden gekocht, met uitzondering van de aankoop die zij zojuist hadden gedaan. Respondenten die zojuist wiet kochten, is gevraagd op welke locaties zij in de afgelopen 30 dagen wiet hebben gekocht. Respondenten die zojuist hasj of zowel hasj als wiet kochten, kregen dezelfde vraag over hasjaankopen. De uitkomsten zijn weergegeven in de Figuren 5.11 tot en met 5.14.

In de coffeeshop zojuist bezocht

In de interventiegemeenten kocht het overgrote deel van de respondenten zowel op T_0 als T_1 ook eerder in de afgelopen maand wiet in de coffeeshop waarin de enquête werd afgenomen (respectievelijk 97% en 99%). Voor hasj gold hetzelfde (99% op T_0 en 97% op T_1). In de vergelijkingsgemeenten lag dit aandeel eveneens hoog: voor wiet 96% op T_0 en 97% op T_1; voor hasj eveneens 96% op T_0 en 97% op T_1. De verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel respondenten dat wiet kocht in dezelfde coffeeshop verschilt niet significant tussen interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten (B = 0,01, SE = 0,02, p = 0,562). Ook voor hasj is de verandering tussen T_0 en T_1 niet significant tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (B = -0,05, SE = 0,04, p = 0,208).

In andere coffeeshops in dezelfde gemeenten

Van de respondenten die op T_1 in interventiegemeenten wiet kochten, kocht 42% in de afgelopen 30 dagen ook wiet in een andere coffeeshop binnen dezelfde gemeente, tegenover 37% op T_0. Deze verandering tussen T_0 en T_1 verschilt niet significant met de verandering in de vergelijkingsgemeenten (B = 0,03, SE= 0,05, p = 0,545). Voor hasj is dit in interventiegemeenten 22% op T_1 en 35% op T_0. In vergelijkingsgemeenten was dit 32% op T_1 en 37% op T_0. Er is geen verschil in verandering van het aandeel respondenten dat in de afgelopen 30 dagen ook in een andere coffeeshop in dezelfde gemeenten hasj heeft gekocht op T_0 en T_1 tussen interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten (B = -0,07, SE = 0,10, p = 0,460).

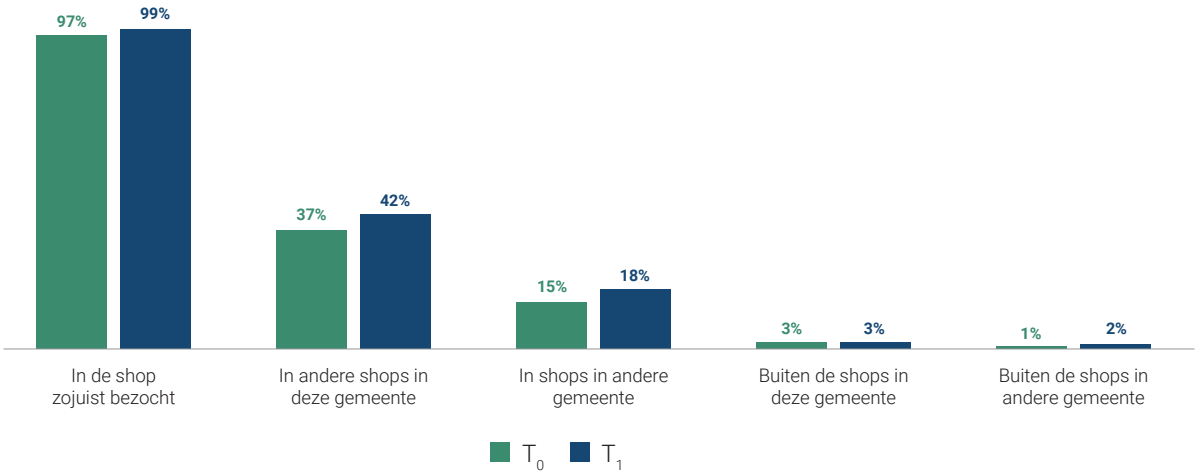
In coffeeshops in andere gemeenten dan zojuist gekocht

Het aandeel respondenten dat wiet en hasj in de laatste 30 dagen in coffeeshops in andere gemeenten kocht in interventie- en vergelijkingsgemeenten verschilt niet tussen T_0 en T_1.

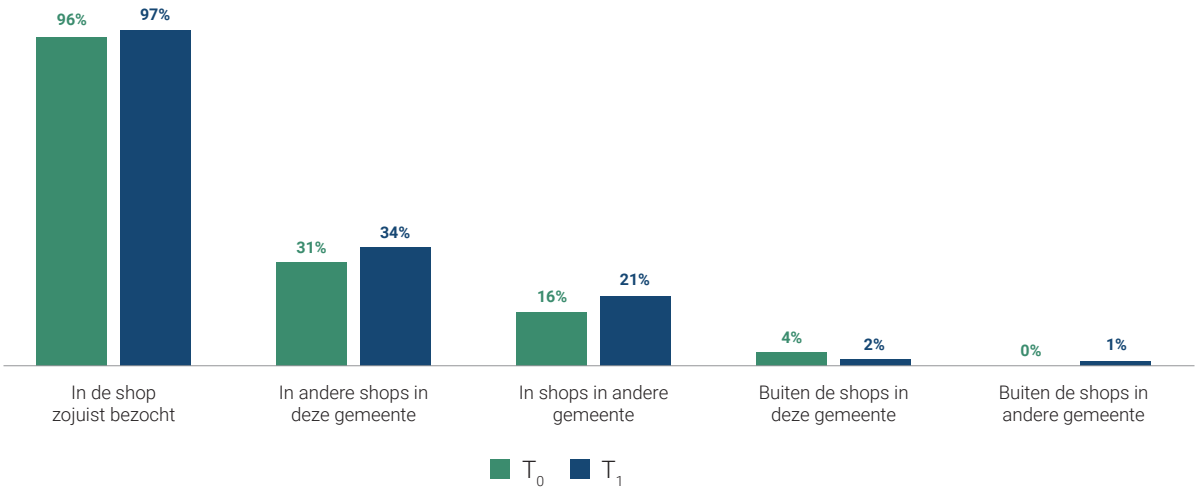
Buiten de coffeeshop

Slechts een klein percentage van de respondenten die wiet of hasj kochten, gaf aan (ook) buiten coffeeshop aankopen te doen in dezelfde gemeente of buiten de coffeeshop in andere gemeenten. Omdat de aantallen respondenten zeer klein zijn kan geen difference-in-differences-analyse uitgevoerd worden voor het aandeel respondenten dat buiten de coffeeshop cannabis kocht. Vooralsnog zijn er geen aanwijzingen voor een toename in het aantal bezoekers dat cannabis buiten de coffeeshop kocht. Hierbij moet worden opgemerkt dat pas sinds 1 september 2025 op hasj wordt gehandhaafd. Bovendien kan er sprake zijn van een selectie-effect: personen die uitsluitend of vaker buiten de coffeeshop kochten, werden logischerwijs minder snel aangetroffen in de coffeeshop en hadden daardoor een kleinere kans om in het onderzoek te worden meegenomen.

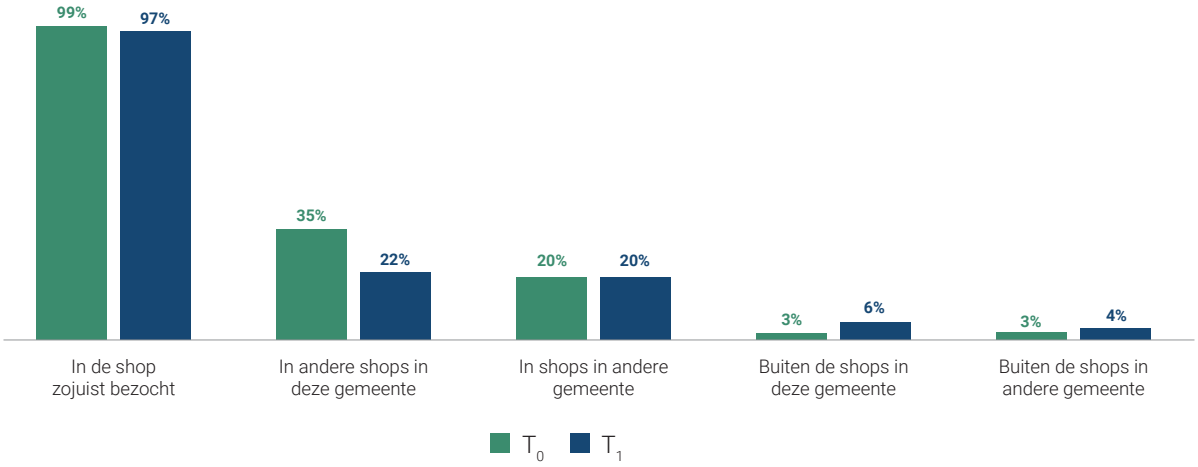
Figuur 5.11 Plaatsen van aankopen voor wiet van respondenten in interventiegemeententen in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 378) en T_1 (*n* = 357)



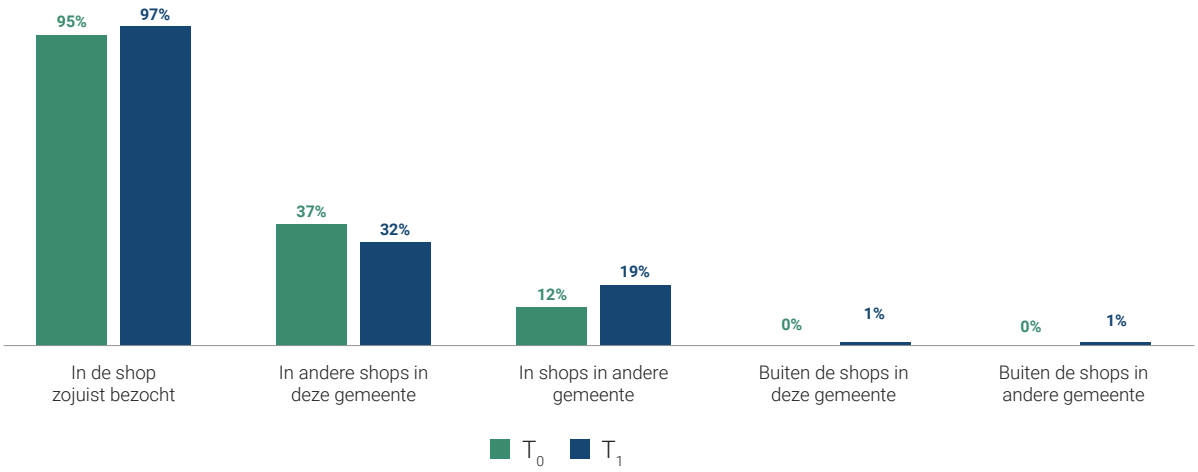
Figuur 5.12 Plaatsen van aankopen voor wiet van respondenten vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 336) en T_1 (*n* = 329)



Figuur 5.13 Plaatsen van aankopen voor hasj van respondenten in interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 112) en T_1 (*n* = 69)



Figuur 5.14 Plaatsen van aankopen voor hasj van respondenten in vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 95) en T_1 (*n* = 108)



Belangrijkste redenen bezoek coffeeshop interventiegemeenten

Respondenten werden gevraagd naar de belangrijkste redenen waarom zij cannabis kopen in de coffeeshop die zij zojuist bezochten. De resultaten zijn weergegeven in Tabel 5.3 en Tabel 5.4. Respondenten die in de interventiegemeenten wiet kochten, noemden de goede sfeer, gezelligheid en/of de vriendelijkheid van het personeel als belangrijkste reden. Respondenten die hasj kochten, meldden daarentegen vooral de gunstige ligging en goede bereikbaarheid van de coffeeshop. Verder werd op T_1 door 14 respondenten (4%) die wiet kochten, specifiek het gereguleerde aanbod in de coffeeshop als reden genoemd om de coffeeshop te bezoeken (Tabel 5.3).

Respondenten in de vergelijkingsgemeenten gaven voor zowel wiet- als hasjaankopen aan dat de gunstige ligging en goede bereikbaarheid van de locatie de belangrijkste redenen waren voor het bezoeken van de betreffende coffeeshop (Tabel 5.4).

Toetsing redenen bezoek coffeeshop wiet

De drie meest genoemde redenen van bezoekers die wiet kochten, toetsen we afzonderlijk met een difference-in-differences-analyse. Vanwege te kleine aantallen kunnen minder vaak genoemde redenen niet worden getoetst.

De verandering van het aandeel respondenten dat wiet kocht en de gunstige locatie als reden noemde op T_0 en T_1 verschilt niet significant tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (B = 0,01, SE = 0,05, p = 0,776).

Tussen T_0 en T_1 nam in de interventiegemeenten het aandeel respondenten dat de sfeer, de gezelligheid en/of het vriendelijk personeel noemde als reden voor het bezoek aan de coffeeshop, sterker toe dan in de vergelijkingsgemeenten (B = 0,13, SE = 0,04, p < 0,05).

Tussen T_0 en T_1 is het aandeel respondenten in interventiegemeenten dat de kwaliteit van de wiet als reden noemde voor het bezoek aan de coffeeshop, sterker afgenomen dan in vergelijkingsgemeenten (B = -0,14, SE = 0,04, p < 0,001).

Toetsing redenen bezoek coffeeshop hasj

Er is geen significante verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel bezoekers dat hasj kocht en de gunstige locatie noemde als reden om de coffeeshop te bezoeken tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (B = - 0,05, SE = 0,03, p = 0,082) Ook is er geen significante verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel bezoekers dat hasj kocht en de goede sfeer, gezelligheid en/of vriendelijk personeel als reden noemde om de coffeeshop te bezoeken tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (B = -0,02, SE = 0,02, p = 0,501).

Het aandeel bezoekers dat hasj kocht en tussen T_0 en T_1 de kwaliteit van de hasj als reden van het bezoek aan de coffeeshop noemde, is sterker afgenomen in interventiegemeenten dan in vergelijkingsgemeenten (B = - 0,08, SE = 0,02, p < 0,05).

Tabel 5.3 Belangrijkste redenen dat respondenten in de interventiegemeenten wiet (T_0 *n* = 379*, T_1 *n* = 357) en hasj (T_0 *n* = 112, T_1 *n* = 69) kochten in de zojuist bezochte coffeeshop (frequenties en percentages)**

Belangrijkste reden	Interventie							
	Wiet				Hasj			
	T_0 (*n* = 379)		T_1 (*n* = 357)		T_0 (*n* = 112)		T_1 (*n* = 69)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Locatie gunstig gelegen en goed te bereiken	169	45%	148	41%	43	38%	34	49%
Goede sfeer, het is gezellig en/of vriendelijk personeel	130	34%	166	46%	22	20%	27	39%
Verkoopt hoge kwaliteit cannabis	105	28%	57	16%	46	41%	7	10%

Belangrijkste reden	Interventie							
	Wiet				Hasj			
	T_0 (*n* = 379)		T_1 (*n* = 357)		T_0 (*n* = 112)		T_1 (*n* = 69)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Aanwezigheid gebruiksruimte	52	14%	42	12%	11	10%	10	14%
Goede prijs-kwaliteitverhouding cannabis	35	9%	35	10%	7	6%	4	6%
Bekend met coffeeshop en/of uit gewoonte	23	6%	21	6%	8	7%	2	3%
Kwaliteit cannabis is constant en/of betrouwbaar	19	5%	9	3%	10	9%	2	3%
Uitgebreid/gevarieerd aanbod	18	5%	26	7%	3	3%	3	4%
Enige coffeeshop in de buurt	7	2%	14	4%	2	2%	3	4%
Goede service	6	2%	4	1%	0	0%	2	3%
Gunstige openingstijden	3	1%	4	1%	2	2%	0	0%
Coffeeshop verkoopt het gereguleerde aanbod	0	0%	14	4%	0	0%	0	0%
Goede reputatie	0	0%	3	1%	0	0%	0	0%
Mooi en comfortabel interieur	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%
Biedt anonimiteit	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk, maximaal drie. ** Ordening van redenen gebaseerd op wietaankopen T_0.*

Tabel 5.4 Redenen dat respondenten in de vergelijkingsgemeenten wiet (T_0 *n* = 336, T_1 *n* = 329*) en hasj (T_0 *n* = 94, T_1 *n* = 108 **) kochten in de zojuist bezochte coffeeshop (frequenties en percentages)

Belangrijkste reden	Vergelijking							
	Wiet				Hasj			
	T_0 (*n* = 336)		T_1 (*n* = 329)		T_0 (*n* = 94)		T_1 (*n* = 108)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Locatie gunstig gelegen en goed te bereiken	145	43%	145	44%	25	26%	44	41%
Goede sfeer, het is gezellig en/of vriendelijk personeel	124	37%	123	37%	27	28%	43	40%
Verkoopt hoge kwaliteit cannabis	86	26%	114	35%	34	36%	36	33%
Aanwezigheid gebruiksruimte	44	13%	18	5%	9	9%	4	4%

Belangrijkste reden	Vergelijking							
	Wiet				Hasj			
	T_0 (*n* = 336)		T_1 (*n* = 329)		T_0 (*n* = 94)		T_1 (*n* = 108)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Goede prijs-kwaliteitverhouding cannabis	32	10%	43	13%	9	9%	12	11%
Bekend met coffeeshop en/of uit gewoonte	18	5%	18	5%	3	3%	2	2%
Kwaliteit cannabis is constant en/of betrouwbaar	29	9%	33	10%	10	11%	9	8%
Uitgebreid/gevarieerd aanbod	13	4%	9	3%	2	2%	2	2%
Enige coffeeshop in de buurt	15	4%	18	5%	7	7%	3	3%
Goede service	2	1%	2	1%	3	3%	0	0%
Gunstige openingstijden	6	2%	3	1%	0	0%	1	1%
Goede reputatie	0	0%	1	0%	0	0%	1	1%
Coffeeshop verkoopt het niet-gereguleerde aanbod	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Mooi en comfortabel interieur	0	0%	3	1%	0	0%	0	0%
Biedt anonimiteit	1	0%	0	0%	1	1%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk, maximaal drie. ** Ordening van redenen gebaseerd op wietaankopen T_0.*

Bedrag uitgegeven aan cannabis

Respondenten werd gevraagd hoeveel geld ze zojuist in de coffeeshop aan cannabis hadden uitgegeven en hoeveel gram ze hadden gekocht (Tabel 5.5). Gemiddeld gaven respondenten € 20,70 aan wiet uit en € 17,21 aan hasj op T_1. Respondenten in zowel de interventie- als vergelijkingsgemeenten, op zowel T_0 als T_1, gaven het vaakst € 10,- uit aan wiet of hasj.

Tussen T_0 en T_1 was er geen verschil tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in de verandering van het bedrag dat respondenten aan wiet uitgaven (B = 1,41, SE = 1,61, p = 0,383). Ook de verandering op T_0 en T_1 in het bedrag dat werd uitgegeven aan hasj verschilt niet significant tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten (B = 0,69, SE = 3,08, p = 0,823).

Hoeveelheid cannabis gekocht per transactie

Respondenten werd gevraagd of ze een inschatting konden maken hoeveel gram cannabis ze bij hun laatste transactie hadden aangeschaft.[19]

19 Een deel van de respondenten kon niet inschatten hoeveel gram ze gekocht hadden, omdat ze voorgedraaide joints of edibles hadden gekocht. Deze zijn niet meegenomen in de analyse.

Tabel 5.5 Zojuist uitgegeven bedrag in euro's en gram wiet en hasj gekocht in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1

	T_0		T_1	
	n	**Gemiddelde (SD)**	*n*	**Gemiddelde (SD)**
Interventie				
Bedrag aan wiet uitgegeven	400	18,39 (14,3)	363	20,70 (15,0)
Bedrag aan hasj uitgegeven	112	16,08 (12,0)	63	17,21 (11,6)
Hoeveelheid wiet gekocht (gram)	265	2,0 (1,4)	304	2,6 (1,8)
Hoeveelheid hasj gekocht (gram)	76	1,9 (1,4)	54	1,6 (1,3)
Vergelijking				
Bedrag aan wiet uitgegeven	352	19,61 (15,5)	342	21,02 (16,5)
Bedrag aan hasj uitgegeven	93	16,30 (13,5)	106	16,93 (18,3)
Hoeveelheid wiet gekocht (gram)	268	2,2 (1,7)	269	2,2 (1,6)
Hoeveelheid hasj gekocht (gram)	69	2,0 (1,5)	90	1,8 (1,8)

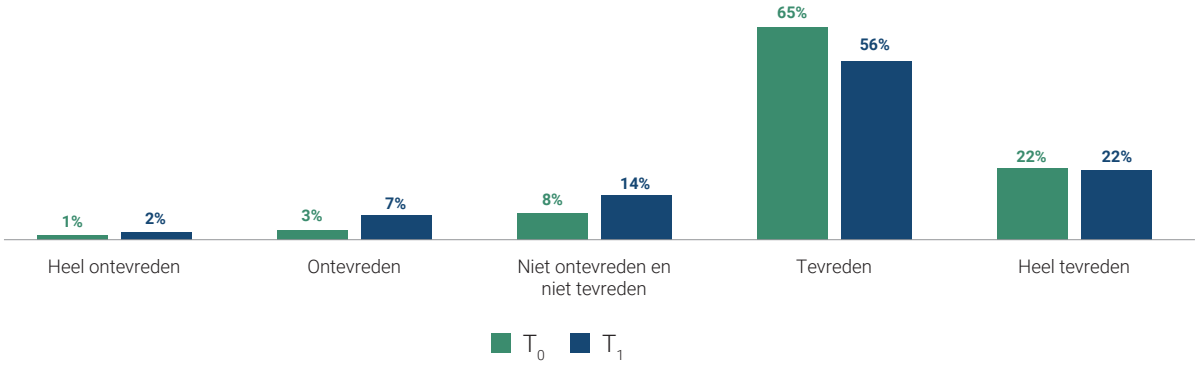
Van de respondenten die hasj kochten was de meest voorkomende gekochte hoeveelheid per transactie 1 gram. Dit geldt in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten, zowel op T_0 als T_1. Respondenten die wiet kochten op T_0 in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten, kochten meestal 1 gram. Op T_1 bleef dit in de vergelijkingsgemeenten hetzelfde. Op T_1 was in de interventiegemeenten 5 gram de meest gekochte hoeveelheid (*n* = 90, 30%) per transactie. Daarna volgde 1 gram als op één na meest voorkomende hoeveelheid (*n* = 85, 28%).

De verandering in het aantal gram hasj dat respondenten kochten op T_0 en T_1 verschilt niet significant tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,10, SE = 0,38, *p* = 0,794). De toename van het aantal gram wiet dat per transactie tussen T_0 en T_1 werd gekocht, is groter in interventiegemeenten dan in vergelijkingsgemeenten (*B* = 0,56, SE = 0,20, *p* < 0,05).

Algemene tevredenheid cannabis

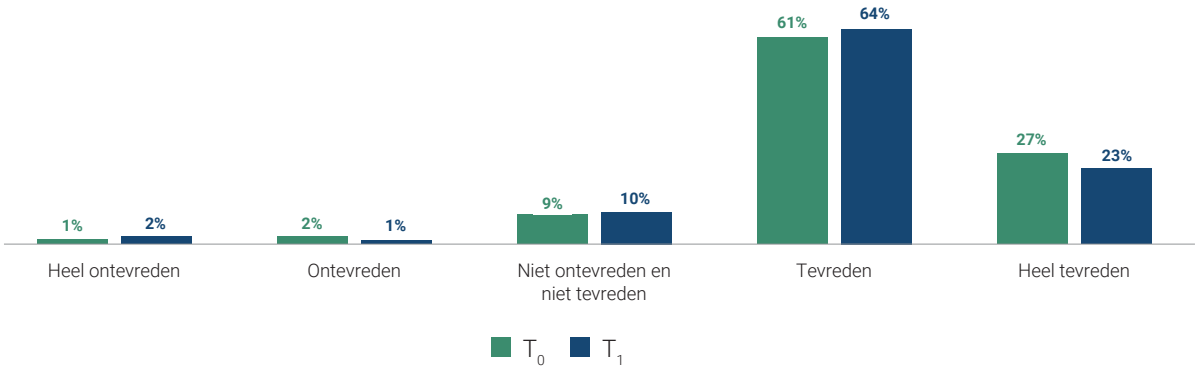
Respondenten is ook gevraagd hoe tevreden ze in het algemeen waren over de hasj en wiet in de coffeeshop in de interventie- en vergelijkingsgemeenten (Figuur 5.15 en Figuur 5.16). Zowel op T_0 als op T_1 waren de meeste respondenten (heel) tevreden met de hasj en de wiet. Er was tussen T_0 en T_1 geen verschil in verandering tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in de algemene tevredenheid over de cannabis die in de coffeeshop verkocht wordt (*B* = -0,08, SE = 0,07, *p* = 0,261).

Figuur 5.15 Tevredenheid van de respondenten in de interventiegemeenten over de cannabis afkomstig van de coffeeshop op T_0 (*n* = 489*) en T_1 (*n* = 423)**



** Twee ontbrekende antwoorden op deze vraag. ** Drie ontbrekende antwoorden op deze vraag.*

Figuur 5.16 Tevredenheid van de respondenten in de vergelijkingsgemeenten over de cannabis afkomstig van de coffeeshop op T_0 (*n* = 431) en T_1 (*n* = 437*)



** Twee ontbrekende antwoorden op deze vraag.*

Toelichting tevredenheid

Respondenten is gevraagd om hun tevredenheid toe te lichten (Tabel 5.6). Gezien de aantallen toetsen we alleen de vijf meest genoemde en gecategoriseerde toelichtingen. De meest genoemde toelichting over de tevredenheid was in zowel T_0 als T_1 de hoge kwaliteit van de cannabis. In de interventiegemeenten steeg dit aandeel van 48% naar 51%. In de vergelijkingsgemeenten steeg dit van 51% naar 68%. Het aandeel respondenten dat de hoge kwaliteit als reden noemde in interventiegemeenten is tussen T_0 en T_1 minder sterk gestegen dan in vergelijkingsgemeenten. Dit verschil is significant (B = -0,16, SE = 0,05, p < 0,001).

Na de hoge kwaliteit, werden de gewenste effecten het vaakst als toelichting genoemd op T_0. In zowel de interventie- als in de vergelijkingsgemeenten nam dit aandeel op T_1 af ten opzichte van T_0. De afname van het aandeel respondenten dat de gewenste effecten als toelichting gaf op de tevredenheid, is in vergelijkingsgemeenten

groter dan in interventiegemeenten (*B* = 0,09, SE = 0,04, $p < 0,05$).

De gewenste smaak/geur, een constante kwaliteit/sterkte/hoeveelheid en een goede prijs/kwaliteitverhouding worden minder vaak als reden genoemd. De veranderingen tussen T_0 en T_1 verschillen niet significant voor de interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Toelichtingen ontevredenheid

Respondenten in interventiegemeenten die ontevreden waren gaven op T_1 voornamelijk als redenen de beperkte kwaliteit (*n* = 54, 13%), niet het gewenste effect of sterkte (*n* = 28, 7%), de wisselende kwaliteit, sterkte of hoeveelheid (*n* = 26, 6%) en duur of matige prijs/kwaliteit verhouding (*n* = 24, 6%). In vergelijkingsgemeenten noemden respondenten die ontevreden waren op T_1 als redenen ook voornamelijk de beperkte kwaliteit (*n* = 28, 6%), de wisselende kwaliteit, sterkte of hoeveelheid (*n* = 17, 4%) en duur of matige prijs/kwaliteitverhouding (*n* = 11, 3%). Deze resultaten zijn weergegeven in Tabel 5.7.

Tabel 5.6 Gecategoriseerde toelichtingen op tevredenheid van respondenten in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 (frequenties en percentages)*

Redenen tevredenheid	Interventie				Vergelijking			
	T_0		T_1		T_0		T_1	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Hoge kwaliteit	236	48%	215	51%	221	51%	296	68%
Gewenste effecten	159	33%	82	19%	168	39%	57	13%
Gewenste smaak/geur	66	13%	28	7%	44	10%	14	3%
Constante kwaliteit/sterkte/ hoeveelheid	59	12%	56	13%	62	14%	60	14%
Goede prijs/kwaliteitverhouding	42	9%	83	20%	63	15%	96	22%
Goede structuur/kleur	21	4%	4	1%	21	5%	3	1%
Goede voorgedraaide joints	11	2%	10	2%	10	2%	14	3%
Product is getest	1	0%	20	5%	1	0%	3	1%
Eerste keer hier gekocht/kent alleen deze coffeeshop	2	0%	8	2%	8	2%	11	3%
Gewenste verpakkingen	0	0%	1	0%	0	0%	0	0%
Uitgebreid en/of gewenste aanbod	0	0%	9	2%	0	0%	5	1%
Voor het gereguleerde aanbod	0	0%	2	0%	0	0%	0	0%
Voor het niet-gereguleerde aanbod	0	0%	1	0%	0	0%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Tabel 5.7 Gecategoriseerde toelichtingen op ontevredenheid van respondenten in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 (frequenties en percentages)*

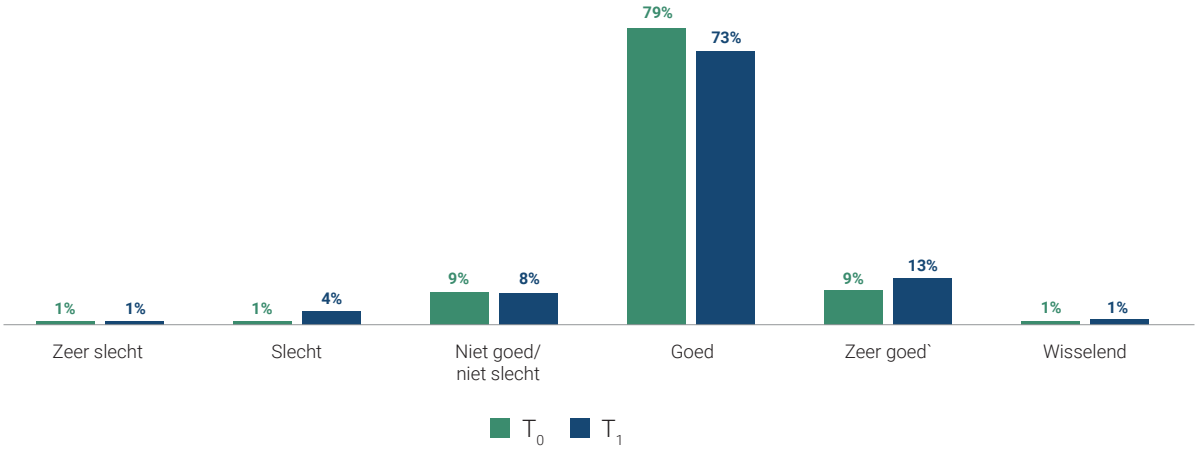
Redenen ontevredenheid	Interventie				Vergelijking			
	T_0		T_1		T_0		T_1	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Wisselende kwaliteit/sterkte/hoeveelheid	28	6%	26	6%	33	8%	17	4%
Beperkte kwaliteit of kwaliteit kan beter	32	7%	54	13%	12	3%	28	6%
Duur of matige prijs/kwaliteitverhouding	10	2%	24	6%	4	1%	11	3%
Matige structuur/kleur	4	1%	9	2%	4	1%	2	0%
Matige smaak/geur	4	1%	18	4%	7	2%	2	0%
Geeft niet het gewenste effect/sterkte	10	2%	28	7%	2	0%	3	1%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

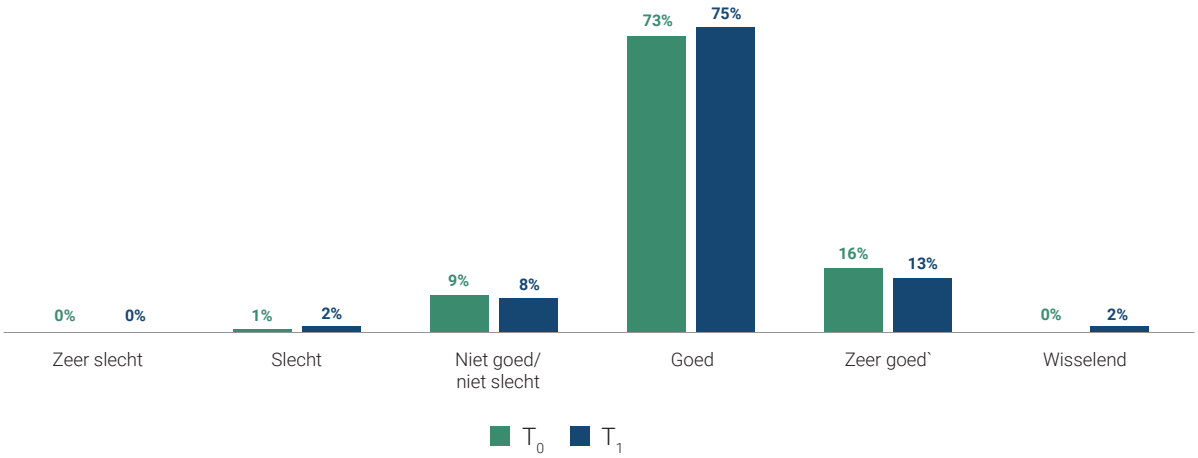
Mening over de effecten van de verkochte wiet

Respondenten is ook specifiek gevraagd naar hun mening over de effecten van de cannabis die zij doorgaans kochten in de coffeeshop waar zij werden bevraagd. Figuur 5.17 en Figuur 5.18 tonen dat het merendeel van de bezoekers van coffeeshops in de interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten op T_1 de effecten van wiet als (zeer) goed ervoeren. Een klein deel van de respondenten in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten gaf aan de effecten van wiet als (zeer) slecht te ervaren. De verandering van mening van respondenten over de effecten van wiet tussen T_0 en T_1 verschilt niet significant tussen respondenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,03, SE = 0,06, *p* = 0,628).

Figuur 5.17 Mening van respondenten in de interventiegemeenten over de effecten van cannabis, voor wietaankopen op T_0 (*n* = 362) en T_1 (*n* = 345)



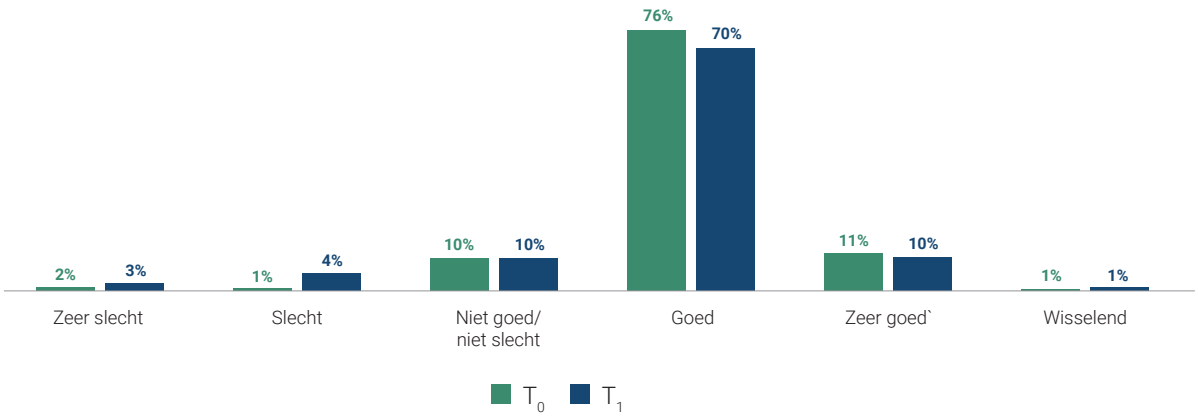
Figuur 5.18 Mening van respondenten in de vergelijkingsgemeenten over de effecten van cannabis, voor wietaankopen op T_0 (*n* = 327) en T_1 (*n* = 323)



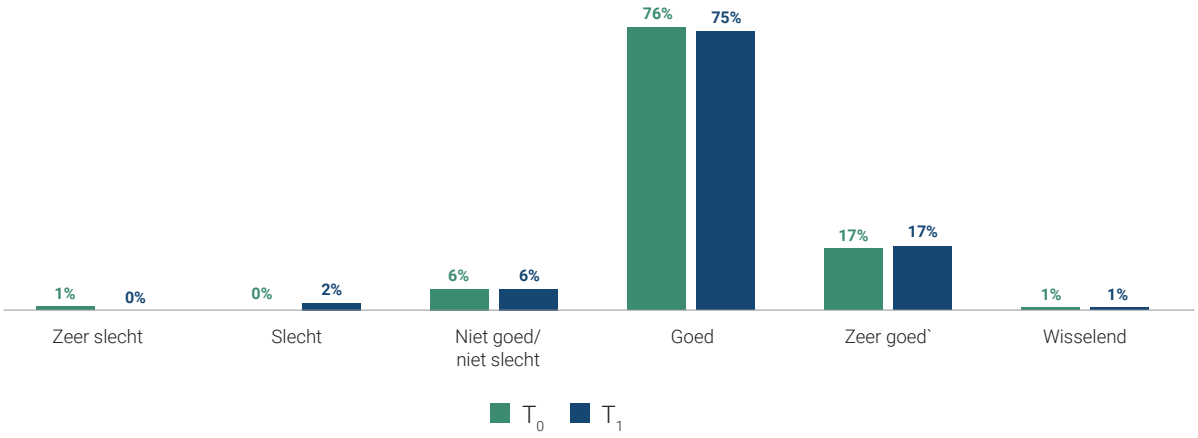
Mening over de effecten van de verkochte hasj

Respondenten die zojuist hasj of hasj en wiet hadden gekocht, is gevraagd wat hun mening was over de effecten van de hasj die ze doorgaans in de coffeeshop kochten. Het merendeel van de respondenten in zowel de interventiegemeenten als vergelijkingsgemeenten gaf op T_1 aan dat de effecten van de hasj (zeer) goed waren (Figuur 5.19 en Figuur 5.20). 9% van de respondenten in de interventiegemeenten vond op T_1 de effecten (zeer) slecht, tegen 2% in de vergelijkingsgemeenten. Tussen T_0 en T_1 is er geen significant verschil in verandering van de mening over de effecten van hasj tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = 0,10, SE= 0,13, *p* = 0,409).

Figuur 5.19 Mening van respondenten in de interventiegemeenten over de effecten van cannabis, voor hasjaankopen op T_0 (*n* = 124) en T_1 (*n* = 71)



Figuur 5.20 Mening van respondenten in de vergelijkingsgemeenten over de effecten van cannabis, voor hasjaankopen op T_0 (*n* = 103*) en T_1 (*n* = 106)



** Eén antwoord op deze vraag ontbreekt.*

Mening prijs-kwaliteitverhouding wiet

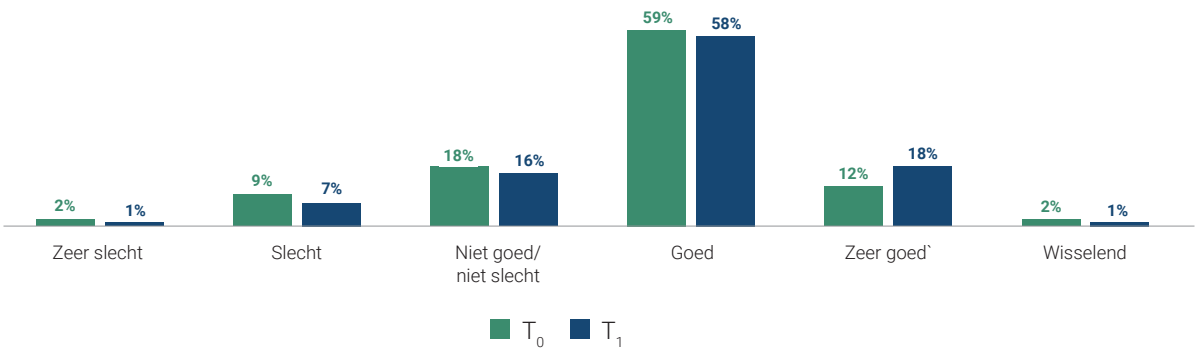
Figuur 5.21 en Figuur 5.22 geven de mening van de respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van de aangekochte wiet in de interventiegemeenten weer. Het merendeel van de respondenten in zowel de interventie- als vergelijkingsgemeenten vond op T_1 de prijs-kwaliteitverhouding voor wiet (zeer) goed (respectievelijk 76% en 77%). De ervaren prijs-kwaliteitverhouding van wiet was tussen T_0 en T_1 sterker verbeterd in interventiegemeenten dan in vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,18, SE = 0,09, *p* = <,05).

Mening prijs-kwaliteitverhouding hasj

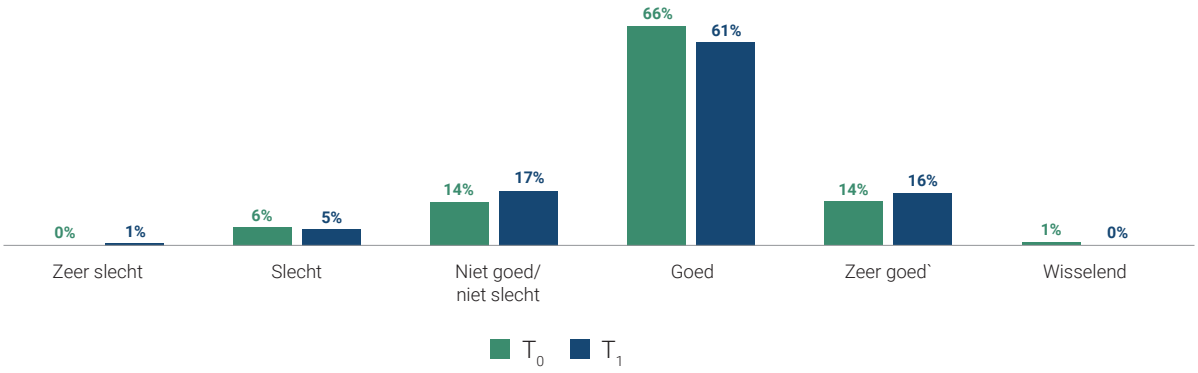
Op T_1 beoordeelde in interventiegemeenten 61% van de respondenten de prijs-kwaliteitverhouding als (zeer) goed (figuur 5.23). Op T_1 was dat in vergelijkingsgemeenten 87%, zoals weergegeven in Figuur 5.24.

De beoordeling van de prijs-kwaliteitverhouding van hasj tussen T_0 en T_1 verschilde niet tussen respondenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = 0,27, SE = 0,16, *p* = 0,099).

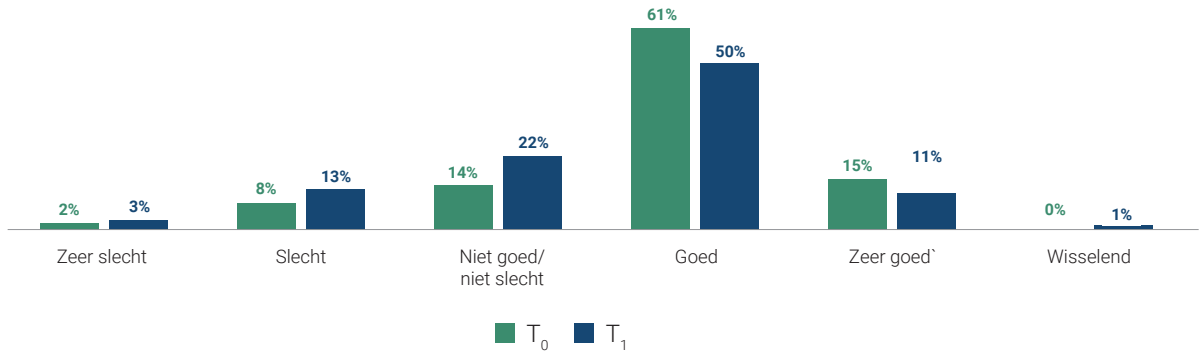
Figuur 5.21 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van wiet in de interventiegemeenten, op T_0 (*n* = 362) en T_1 (*n* = 347)



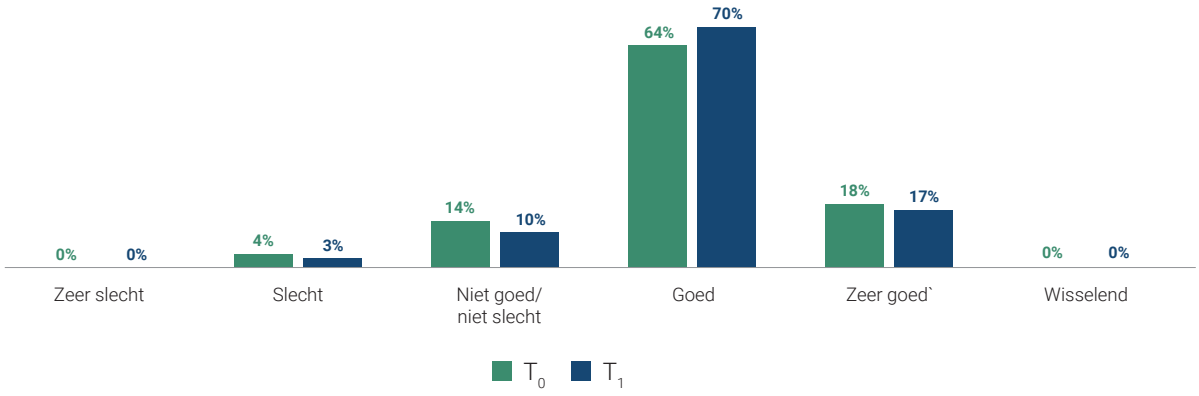
Figuur 5.22 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van wiet in vergelijkingsgemeenten, op T_0 (*n* = 327) en T_1 (*n* = 324)



Figuur 5.23 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van hasj in de interventiegemeenten, op T_0 (*n* = 124) en T_1 (*n* = 72)



Figuur 5.24 Mening van respondenten over de prijs-kwaliteitverhouding van hasj in vergelijkingsgemeenten, op T_0 (*n* = 103) en T_1 (*n* = 106)



Wat betreft het assortiment van de coffeeshop waar de aankoop zojuist was gedaan, is respondenten gevraagd of zij vonden dat er voldoende keuze was uit wiet- en hasjsoorten.[20] Van de 362 respondenten op T_0 die wiet kochten in de interventiegemeenten, antwoordde 14% dat er uit onvoldoende wietsoorten te kiezen was. Op T_1 vond 10% van de 347 respondenten dat er onvoldoende keuze uit wietsoorten was. Tussen T_0 en T1 verschilde de verandering in het aandeel respondenten dat onvoldoende keuze ervaart niet significant tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,03, SE = 0,03, *p* =0,391).

Van de 124 respondenten in interventiegemeenten die hasj of zowel hasj als wiet kochten op T_0 vond 11% dat er onvoldoende keuze in hasjsoorten was. De overige respondenten waren tevreden over het assortiment. Op T_1 vond 23% van de 71 respondenten die hasj of zowel hasj als wiet kochten, dat er niet voldoende keuze was. De verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel respondenten dat vond dat er onvoldoende keuze was tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten verschilde niet significant (*B* = 0,12, SE = 0,07, *p* = 0,094).

De redenen waarom respondenten vonden dat er onvoldoende keuze was in interventiegemeenten op T_0 en T_1 zijn weergegeven in Tabel 5.8. Het merendeel van de respondenten gaf aan behoefte te hebben aan meer variatie in het aanbod. Voor wiet betrof dit 53% op T_0 en 56% op T_1; voor hasj respectievelijk 50% en 38%. Daarnaast gaf onder respondenten die wiet kochten en onvoldoende keuze ervoeren, 27% op T_0 aan behoefte te hebben aan sterkere wiet; op T_1 was dit 18%. Van de respondenten die hasj of zowel hasj als wiet kochten en onvoldoende keuze rapporteerden, zocht 29% op T_0 en 13% op T_1 sterkere hasj.

Tabel 5.8 Belangrijkste redenen in interventiegemeenten voor 'onvoldoende keuze in de zojuist bezochte coffeeshop' (frequenties en percentages), voor wiet- T_0 (*n* = 51), T_1 (*n* = 34) en hasjaankopen T_0 (*n* = 14), T_1 (*n* = 16)

Reden	Interventiegemeenten							
	Wiet				Hasj			
	T_0 (*n* = 51)		T_1 (*n* = 34)		T_0 (*n* = 14)		T_1 (*n* = 16)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Ik zoek meer variatie in het aanbod	27	53%	19	56%	7	50%	6	38%
Ik zoek sterkere cannabis	14	27%	6	18%	4	29%	2	13%
Ik zoek cannabis met een andere smaak en/ of effect	8	16%	3	9%	2	14%	3	19%
Ik zoek goedkopere cannabis	7	14%	7	21%	0	0%	4	25%

20 Aan respondenten die aangaven meestal wiet te kopen, is gevraagd of zij konden kiezen uit voldoende wietsoorten. Aan respondenten die aangaven meestal hasj of even vaak hasj als wiet te kopen, is gevraagd of zij kunnen kiezen uit voldoende hasjsoorten. Respondenten konden op deze vraag antwoorden met 'ja' of 'nee'.

Reden	Interventiegemeenten							
	Wiet				Hasj			
	T_0 (*n* = 51)		T_1 (*n* = 34)		T_0 (*n* = 14)		T_1 (*n* = 16)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Ik zoek mildere cannabis	5	10%	4	12%	1	7%	1	6%
Ik zoek cannabis met een andere structuur	0	0%	0	0%	1	7%	1	6%
Ik zoek medicinale cannabis	0	0%	0	0%	1	7%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

De redenen waarom respondenten vonden dat er onvoldoende keuze was in vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 zijn weergegeven in Tabel 5.9. Ook in vergelijkingsgemeenten gaf op zowel T_0 als T_1 het merendeel van de respondenten aan behoefte te hebben aan meer variatie in het aanbod; voor wiet ging het om 32% op T_0 en 34% op T_1, en voor hasj om respectievelijk 25% en 28%. Op T_0 zocht 45% van de respondenten die wiet kochten en onvoldoende keuze ervoeren naar sterkere wiet, op T_1 betrof dit 38%. Onder de respondenten die hasj of zowel hasj als wiet kochten en een onvoldoende keuze rapporteerden, gaf 50% op T_0 en 50% op T_1 aan op zoek te zijn naar sterkere hasj.

Tabel 5.9 Belangrijkste redenen in vergelijkingsgemeenten voor 'onvoldoende keuze in de zojuist bezochte coffeeshop' (frequenties en percentages), voor wiet- T_0 (*n* = 31), T_1 (*n* = 29) en hasjaankopen T_0 (*n* = 12), T_1 (*n* = 8)

Reden	Vergelijkingsgemeenten							
	Wiet				Hasj			
	T_0 (*n* = 31)		T_1 (*n* = 29)		T_0 (*n* = 12)		T_1 (*n* = 8)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Ik zoek meer variatie in het aanbod	10	32%	10	34%	3	25%	3	28%
Ik zoek sterkere cannabis	14	45%	11	38%	6	50%	4	50%
Ik zoek cannabis met een andere smaak en/ of effect	6	19%	1	3%	0	0%	0	0%
Ik zoek goedkopere cannabis	4	13%	5	17%	1	8%	0	0%
Ik zoek mildere cannabis	3	10%	6	21%	1	8%	1	13%
Ik zoek cannabis met een andere structuur	0	0%	0	0%	3	25%	0	0%
Ik zoek medicinale cannabis	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Daarnaast is aan respondenten gevraagd of zij vonden dat in de coffeeshop waar zij zojuist een aankoop hadden gedaan er voldoende keuze was aan andere cannabisproducten, zoals edibles en CBD-olie (Tabel 5.10). Zowel op T_0 als op T_1 en in zowel in interventie- als in vergelijkingsgemeenten, kocht het merendeel bijna nooit andere cannabisproducten dan hasj of wiet. In interventiegemeenten vonden 36 respondenten op T_0 (7%) dat er onvoldoende keus was aan andere producten, op T_1 waren dit 19 respondenten (5%). In vergelijkingsgemeenten vonden 19 respondenten op T_0 dat er onvoldoende keus was aan andere producten (5%), op T_1 waren dit 8 respondenten (2%).

Aan de respondenten die aangaven dat er onvoldoende keuze was aan andere cannabisproducten, is gevraagd welke producten zij misten (Tabel 5.11). Op T_1 gaven 16 van de 19 respondenten die vonden dat er onvoldoende keuze was aan andere edibles te missen, op T_0 waren dit 26 respondenten. Onder respondenten in interventiegemeenten die vonden dat er onvoldoende keuze was aan andere cannabisproducten, misten op T_0 23 respondenten spacecake. Op T_1 ging het om 3 respondenten. Vanwege de lage aantallen is het niet mogelijk om een difference-in-differences-analyse uit te voeren.

Tabel 5.10 Aantal respondenten in interventie- en vergelijkingsgemeenten dat aangaf dat er voldoende of onvoldoende keuze was in andere cannabisproducten, of dat zij deze bijna nooit kochten (frequenties en percentages) op T_0 en T_1

	Interventie				Vergelijking			
	T_0 (*n* = 491)		T_1 (*n* = 424) *		T_0 (*n* = 424) **		T_1 (*n* = 439)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Voldoende keus	152	31%	95	22%	176	42%	95	22%
Onvoldoende keus	36	7%	19	5%	19	5%	8	2%
Ik koop bijna nooit andere cannabisproducten	303	62%	310	73%	229	54%	336	77%

** 2 ontbrekende antwoorden op deze vraag. ** 7 ontbrekende antwoorden.*

Tabel 5.11 Andere cannabisproducten die volgens respondenten in interventie- en vergelijkingsgemeenten ontbraken in het huidige aanbod in de zojuist bezochte coffeeshop (frequenties en percentages)

Cannabisproduct	Interventie				Vergelijking			
	T_0 (*n* = 36)		T_1 (*n* = 19)		T_0 (*n* = 19)		T_1 (*n* = 8)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Andere edibles	26	72%	16	84%	7	37%	0	0
Cannabis olie	11	31%	0	0%	6	32%	2	25%
Spacecake	23	64%	3	16%	5	26%	3	38%
CBD- en/of THC-olie	4	11%	1	5%	4	21%	3	38%
Breder algemeen assortiment	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
Concentraten	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
Voorgedraaide joints	2	6%	0	0%	0	0%	0	0%
Buitenlandse wiet	4	11%	0	0%	0	0%	0	0%
Buitenlandse hasj	2	6%	0	0%	0	0%	0	0%
Andere soorten cannabis dan beschikbaar	1	3%	1	5%	0	0%	2	25%
Wax	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Koopgedrag in andere coffeeshops in dezelfde gemeente

Zoals besproken, is respondenten gevraagd waar zij in de afgelopen 30 dagen cannabis hadden gekocht. Respondenten die aangaven, naast de coffeeshop waar het interview plaatsvond, ook op andere plekken cannabis te kopen, kregen vervolgvragen over hoe vaak zij daar kopen en om welke redenen zij dat doen. Omdat slechts een beperkt aantal respondenten in de afgelopen 30 dagen cannabis kocht in coffeeshops in andere gemeenten of buiten de coffeeshop, richten we ons hier uitsluitend op respondenten die ook in een andere coffeeshop in dezelfde gemeente hebben gekocht.

Respondenten die wiet kochten in een andere coffeeshop binnen dezelfde gemeente

Op T_0 zeiden 141 respondenten uit interventiegemeenten die wiet kochten (37%) dat ze in de afgelopen 30 dagen ook een andere coffeeshop in de gemeente hebben bezocht, op T_1 waren dit 150 respondenten (35%). Op T_0 gaven in vergelijkingsgemeenten 105 respondenten (24%) aan dat ze in de afgelopen 30 dagen ook een andere coffeeshop hadden bezocht, op T_1 waren dit 113 respondenten (34%).

Respondenten is gevraagd hoe vaak zij in de afgelopen 30 dagen ook een andere coffeeshop in dezelfde gemeente bezochten.

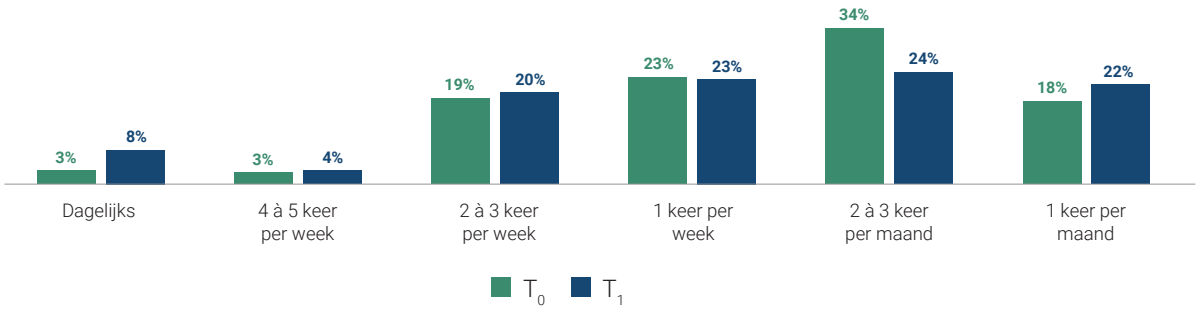
Voor de respondenten die zojuist wiet hadden gekocht in interventiegemeenten en in de afgelopen 30 dagen ook in een andere coffeeshop cannabis kochten, deden de meeste respondenten zowel op T_0 (34%) als op T_1 (24%) dit meestal 2 à 3 keer per maand.

Zoals te zien in Figuur 5.27, kochten respondenten in vergelijkingsgemeenten die in de afgelopen 30 dagen ook wiet in een andere coffeeshop binnen dezelfde gemeente, dit op T_0 meestal één keer per maand (28%) en op T_1 meestal één keer per week (31%).

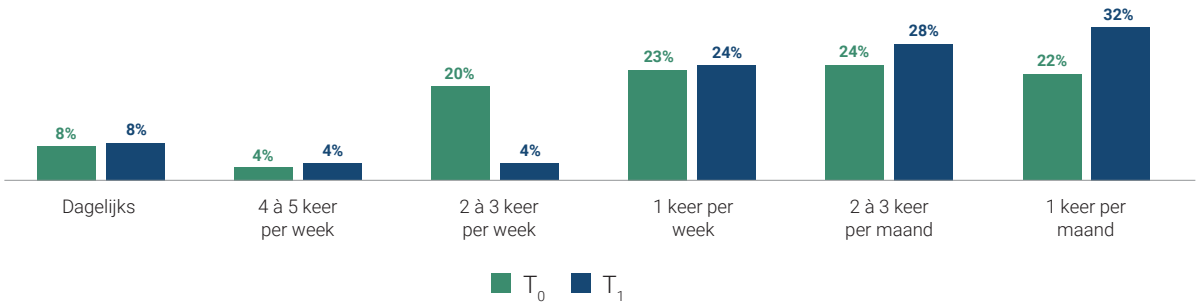
Respondenten die hasj kochten in een andere coffeeshop binnen dezelfde gemeente

Respondenten in interventiegemeenten die in de laatste 30 dagen ook hasj bij een andere coffeeshop in dezelfde gemeente kochten, deden dit op T_0 en T_1 meestal 2 à 3 meestal keer per week respectievelijk 24% en 28%. In vergelijkingsgemeenten was dit op T_0 en T_1 meestal 1 keer per week, respectievelijk 31% en 25%.

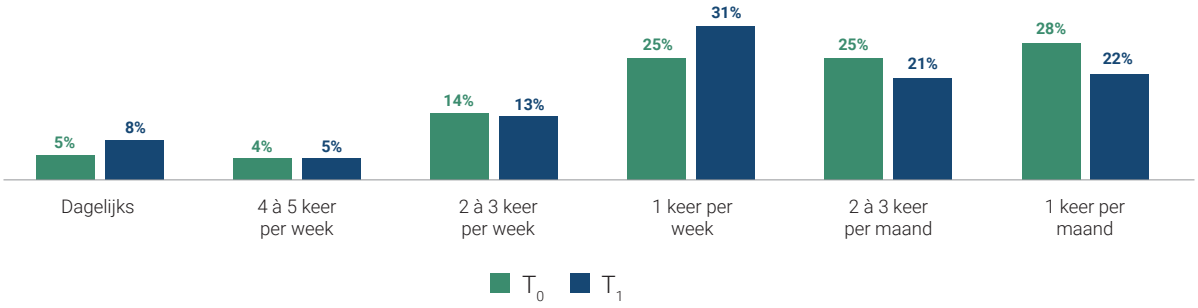
Figuur 5.25 Frequentie van aankopen van wiet door respondenten in interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen in andere coffeeshops, maar in dezelfde gemeente, op T_0 (*n* = 116) en T_1 (*n* = 141)



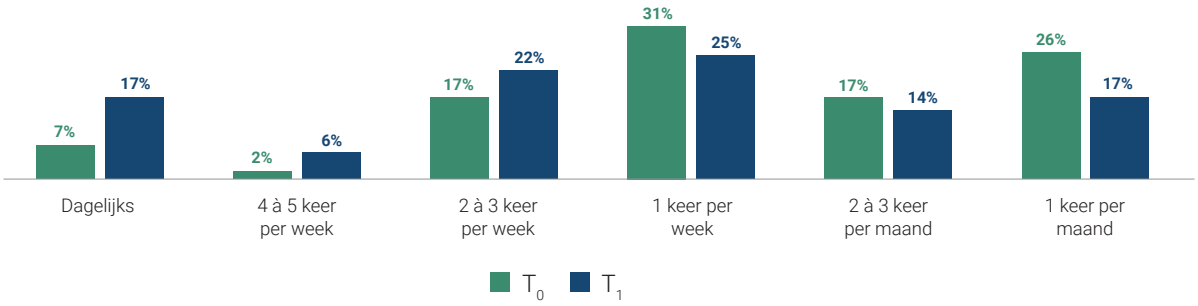
Figuur 5.26 Frequentie van aankopen van hasj door respondenten in interventiegemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 48) en T_1 (*n* = 25)



Figuur 5.27 Frequentie van aankopen van wiet door respondenten in vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen in andere coffeeshops, maar in dezelfde gemeente, op T_0 (*n* = 94) en T_1 (*n* = 109)



Figuur 5.28 Frequentie van aankopen van hasj door respondenten in vergelijkingsgemeenten in de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen, op T_0 (*n* = 42) en T_1 (*n* = 36)



Redenen bezoek andere coffeeshop

Verder is respondenten gevraagd wat de redenen waren dat zij in de afgelopen 30 dagen ook een andere coffeeshop in dezelfde gemeente hadden bezocht.

De meest genoemde redenen voor respondenten die wiet kochten, was zowel op T_0 als op T_1 in interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten dat de locatie van de andere coffeeshop gunstig was (Tabel 5.12). Er is geen significant verschil in de verandering van het aandeel respondenten dat de gunstige locatie als reden noemde om ook een andere coffeeshop te bezoeken tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = 0,03, SE = 0,03, *p* = 0,374).

Na de locatie was de kwaliteit van de wiet de meest genoemde reden voor het bezoeken van een andere coffeeshop. Deze verandering verschilt tussen T_0 en T_1 niet significant tussen interventiegemeenten en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,02, SE = 0,02, *p* = 0,347).

Tabel 5.12 Redenen dat respondenten die wiet kochten in de afgelopen 30 dagen, ook een andere coffeeshop in dezelfde gemeente hebben bezocht (frequenties en percentages)

Reden	Interventie				Vergelijking			
	T_0 (*n* = 115)		T_1 (*n* = 137)		T_0 (*n* = 94)		T_1 (*n* = 110)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Locatie andere coffeeshop is gunstig	65	57%	78	57%	42	45%	53	48%
Andere coffeeshop verkoopt hoge kwaliteit wiet	34	30%	15	11%	29	31%	25	23%
Wiet heeft goede prijs/kwaliteitverhouding	4	3%	9	7%	11	12%	11	10%
Uitgebreid/gevarieerd aanbod	14	12%	17	12%	10	11%	7	6%
Goede sfeer/gezellig/vriendelijk personeel	15	13%	20	15%	10	11%	19	17%
Voor de afwisseling	5	4%	6	4%	6	6%	3	3%
Andere coffeeshop heeft gebruiksruimte	8	7%	10	7%	5	5%	10	9%
Anders	5	4%	0	0%	5	5%	0	0%
Andere coffeeshop heeft gunstige openingstijden	4	3%	7	5%	2	2%	5	5%
Toevallig	0	0%	0	0%	2	2%	0	0%
Bij andere coffeeshop is kwaliteit wiet constant/betrouwbaar	4	3%	3	2%	1	1%	5	5%
Bekend met coffeeshop/uit gewoonte	3	3%	4	3%	1	1%	5	5%
Goede reputatie	0	0%	0	0%	1	1%	2	2%
Goede sfeer of vriendelijk personeel	1	1%	0	0%	1	1%	0	0%
Omdat je maar 5 gram per coffeeshop kan kopen	0	0%	2	1%	0	0%	0	0%
Goede service	0	0%	3	2%	0	0%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Ook voor respondenten die hasj kochten in een andere coffeeshop in dezelfde gemeente, was de gunstige locatie van de coffeeshop in interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 de meest genoemde reden (Tabel 5.13). Na de locatie was de kwaliteit van de hasj de meest genoemde reden. Vanwege het lage aantal respondenten dat in andere coffeeshops hasj heeft gekocht is er geen difference-in-differences-analyse uitgevoerd voor de redenen die respondenten gaven om in een andere coffeeshop hasj te kopen.

Tabel 5.13 Redenen dat respondenten die hasj kochten in de afgelopen 30 dagen, ook een andere coffeeshop in dezelfde gemeente hadden bezocht (frequenties en percentages)

Reden	Interventie				Vergelijking			
	T_0 (*n* = 46)		T_1 (*n* = 26)		T_0 (*n* = 42)		T_1 (*n* = 34)	
	n	%	*n*	%	*n*	%	*n*	%
Locatie van de andere coffeeshop is gunstig	21	46%	12	46%	14	33%	18	53%
Andere coffeeshop verkoopt hoge kwaliteit hasj	10	22%	6	23%	16	38%	6	18%
Goede sfeer/gezellig/vriendelijk personeel	5	11%	4	15%	3	7%	0	0%
Voor de afwisseling	5	11%	2	8%	2	5%	1	3%
Andere coffeeshop heeft gunstige openingstijden	5	11%	1	4%	0	0%	3	9%
Hasj heeft een goede prijs/ kwaliteitverhouding	3	7%	3	12%	5	12%	2	6%
Uitgebreid/gevarieerd aanbod	3	7%	4	15%	1	2%	4	12%
Andere coffeeshop heeft gebruiksruimte	2	4%	0	0%	2	5%	3	9%
Bekend met coffeeshop/uit gewoonte	1	2%	2	8%	0	0%	1	3%
Goede service	1	2%	2	8%	1	2%	0	0%
Anders	1	2%	0	0%	1	2%	0	0%
Toevallig	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%
Omdat je maar 5 gram per coffeeshop kan kopen	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%
Goede reputatie	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

5.4 Veranderingen koopgedrag

Aan de respondenten is op T_1 gevraagd of ze voor de invoering van het gereguleerde aanbod van hasj en wiet ook al cannabis in de coffeeshop kochten. In interventiegemeenten had 5,8% en in vergelijkingsgemeenten 7,7% nog niet eerder in coffeeshops gekocht.

Respondenten is gevraagd of er sinds de invoering van het gereguleerde aanbod iets was veranderd in hun koopgedrag. De resultaten hiervan worden weergegeven in Tabel 5.14. In vergelijkingsgemeenten is bij 21 respondenten (5,1%) iets veranderd in het koopgedrag. In de interventiegemeente is dat aantal een stuk hoger: bij 165 respondenten is er iets veranderd

in het koopgedrag (40%). Omdat deze vraag op T_1 voor het eerst werd gesteld, is het niet mogelijk om de uitkomsten te vergelijken met T_0 of deze statistisch te toetsen. Respondenten konden naast de vooraf geprogrammeerde antwoordcategorieën ook open antwoorden geven. Sommige respondenten gaven hierbij expliciet aan of hun antwoord betrekking had op wiet of hasj, terwijl anderen in het algemeen naar cannabis verwezen.

Uit de resultaten blijkt dat drie veranderingen voornamelijk worden genoemd. De meest genoemde verandering in de interventiegemeenten is dat respondenten zeiden nu (vaker) wiet in de coffeeshop te kopen *n* = 63, 38%). Daarnaast gaven 31 respondenten (19%) aan dat zij minder (vaak) hasj in de coffeeshop kochten en 29 respondenten (18%) dat zij minder (vaak) wiet in de coffeeshop kochten. Kleinere veranderingen zijn dat 15 respondenten (9%) nu (vaker) hasj in de coffeeshop kochten en dat 8 respondenten (5%) grotere hoeveelheden per keer kochten. 8 respondenten (5%) kochten minder (vaak) wiet buiten de coffeeshop. Respondenten noemden minder vaak de overige veranderingen, zoals (vaker) hasj buiten de coffeeshop kopen (4%), vaker naar niet-interventiegemeenten gaan (4%) of andere producten kopen (4%).

In de vergelijkingsgemeenten (*n* = 21) worden slechts enkele veranderingen genoemd: 5 respondenten (24%) gaven aan vaker wiet in een interventiegemeente te kopen, en 5 respondenten (24%) zeiden vaker cannabis in interventiegemeenten te kopen. Ook zeiden 4 respondenten (19%) vaker wiet in de coffeeshop te kopen. De overige veranderingen komen niet of nauwelijks voor.

Tabel 5.14 Verandering in koopgedrag door invoering van het gereguleerde aanbod in interventie- (*n* = 165) en vergelijkingsgemeenten (*n* = 21)

Verandering koopgedrag	Interventie		Vergelijking	
	n = 165	%	*n* = 21	%
Ik koop nu (vaker) wiet in de coffeeshop	63	38%	4	19%
Ik koop nu minder (vaak) hasj in de coffeeshop	31	19%	0	0%
Ik koop nu minder (vaak) wiet in de coffeeshop	29	18%	0	0%
Ik koop nu (vaker) hasj in de coffeeshop	15	9%	1	5%
Ik koop nu minder (vaak) wiet buiten de coffeeshop	8	5%	1	5%
Ik koop nu grotere hoeveelheden in één keer	8	5%	0	0%
Ik koop nu (vaker) hasj buiten de coffeeshop	7	4%	0	0%
Ik ga vaker naar niet-interventiegemeenten	7	4%	0	0%
Ik koop nu andere producten	6	4%	0	0%
Ik koop meer verschillende soorten	6	4%	0	0%
Ik koop nu (vaker) wiet buiten de coffeeshop	5	3%	0	0%
Ik koop nu minder (vaak) hasj buiten de coffeeshop	3	2%	0	0%
Ik koop nu vaker wiet in een interventiegemeente	3	2%	5	24%

Verandering koopgedrag	Interventie		Vergelijking	
	n = 165	%	*n* = 21	%
Ik teel het nu (vaker) zelf	2	1%	0	0%
Ik koop nu vaker cannabis in interventiegemeenten	1	1%	5	24%
Ik koop nu vaker hasj in niet-interventiegemeenten	1	1%	0	0%
Ik koop vaker cannabis buiten coffeeshop	1	1%	0	0%
Ik teel nu minder (vaak) zelf	0	0%	0	0%

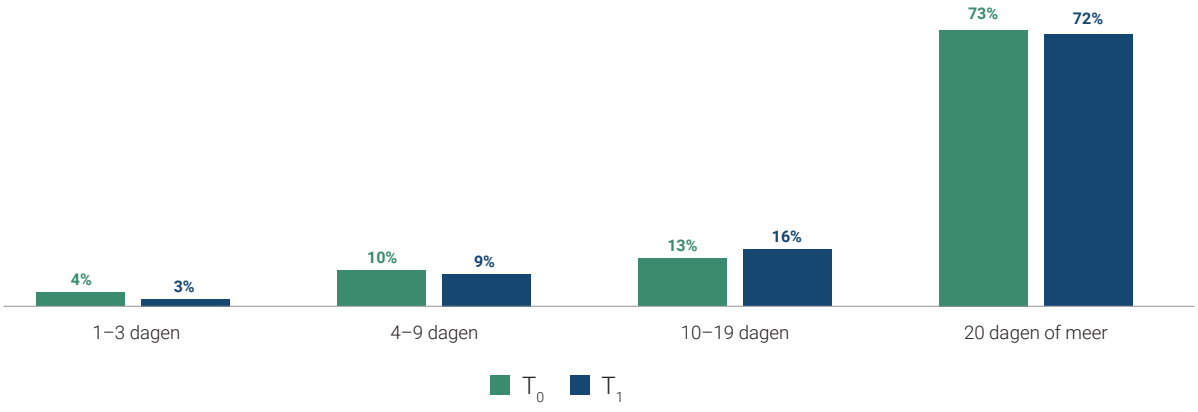
** Meerdere antwoorden mogelijk.*

5.5 Gebruikspatronen

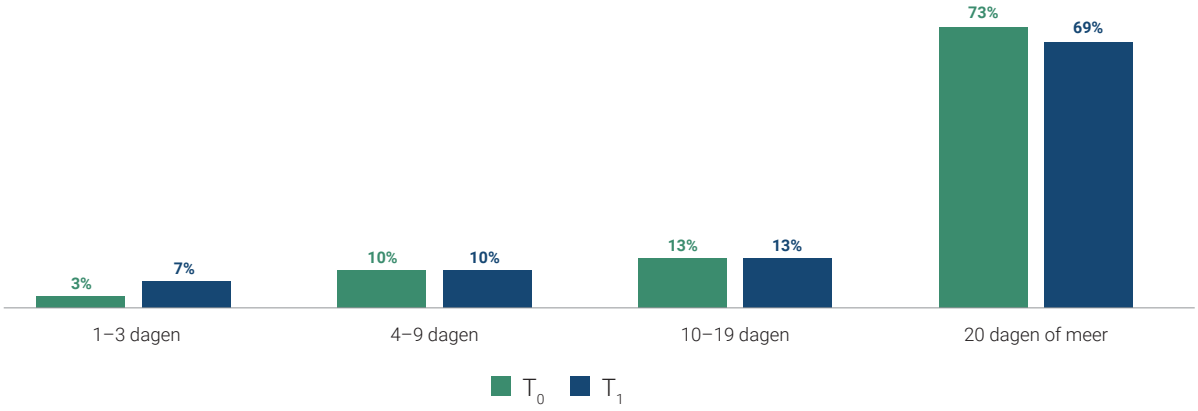
Frequentie van gebruik

Aan de respondenten is gevraagd op hoeveel dagen in de afgelopen 30 dagen zij hasj of wiet (inclusief voorgedraaide joints, vape-pennen met vloeibare cannabis en edibles) hadden gebruikt. In totaal hebben 853 deelnemers deze vraag beantwoord. Figuur 5.29 en Figuur 5.30 laten zien dat in zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten de meeste respondenten in de afgelopen 30 dagen op 20 of meer dagen hasj of wiet gebruikten. Zowel de interventiegemeenten als de vergelijkingsgemeenten laten in de meting op T_1 een vergelijkbaar beeld zien als de T_0-meting. De verandering in het aantal gebruiksdagen in de afgelopen 30 dagen tussen T_0 en T_1 verschilt niet tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -1,45, SE = 1,12, *p* = 0,194).

Figuur 5.29 Frequentie van cannabisgebruik in de afgelopen 30 dagen onder respondenten in de interventiegemeenten T_0 (*n* = 489) en T_1 (*n* = 417)



Figuur 5.30 Frequentie van cannabisgebruik in de afgelopen 30 dagen onder respondenten in de vergelijkingsgemeenten T_0 (*n* = 424) en T_1 (*n* = 436)

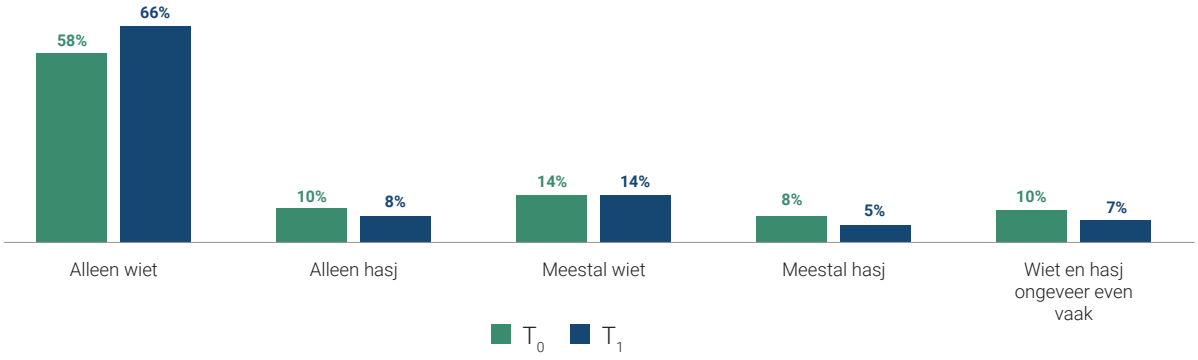


Het aandeel frequente gebruikers in deze meting is relatief groot en is waarschijnlijk een overschatting van het aandeel frequente gebruikers onder alle coffeeshopbezoekers. Dit komt omdat degenen die vaak naar de coffeeshop gingen een grotere kans hadden om een interviewer te treffen bij de coffeeshop, en daarmee een grotere kans hadden om uitgenodigd te worden voor deelname aan deze enquête dan degenen die minder vaak gaan.

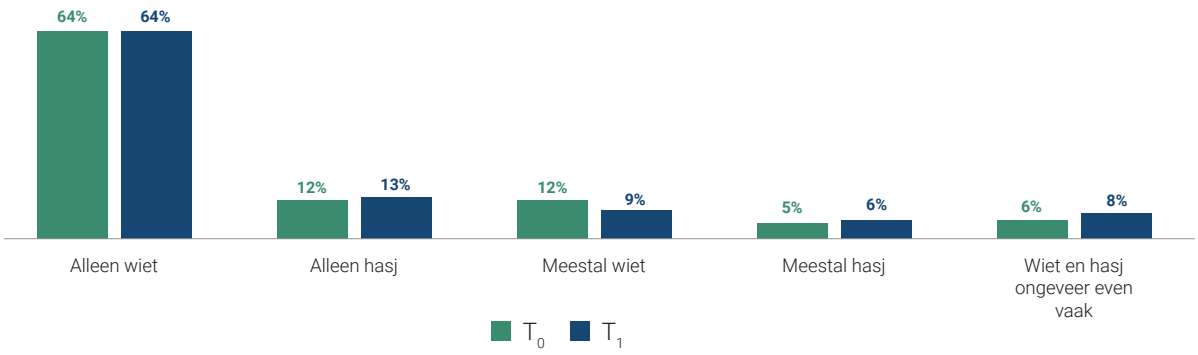
Soort cannabis

Aan de respondenten is gevraagd of zij in de afgelopen 30 dagen hasj, wiet of beide hadden gebruikt. Deze vraag is beantwoord door 855 respondenten, zie Figuur 5.31 en Figuur 5.32. Wiet is de meest populaire cannabisvariant onder de coffeeshopbezoekers: in de interventie- en vergelijkingsgemeenten gaf de meerderheid van de coffeeshopbezoekers aan in de afgelopen 30 dagen alleen wiet te hebben gebruikt. Om te toetsen of een eventuele verandering tussen T_0 en T_1 in het gebruik van soorten cannabis in de interventiegemeenten anders is dan in de vergelijkingsgemeenten, zijn de antwoordopties verdeeld in twee categorieën: (1) alleen wiet en meestal wiet en (2) alleen hasj, meestal hasj, en wiet en hasj ongeveer even vaak. Het aandeel respondenten in de interventiegemeenten dat in de afgelopen 30 dagen alleen of meestal wiet gebruikte tussen T_0 en T_1, is sterker toegenomen ten opzichte van de vergelijkingsgemeenten (*B* = 0,11, SE = 0,04, $p < 0,05$).

Figuur 5.31 Gebruik per soort cannabis in de interventiegemeenten op T_0 (*n* = 491) en T_1 (*n* = 420) in de afgelopen 30 dagen



Figuur 5.32 Gebruik per soort cannabis in de vergelijkingsgemeenten op T_0 (*n* = 429) en T_1 (*n* = 420) in de afgelopen 30 dagen



5.6 Gebruikswijzen

Aan de respondenten is gevraagd hoe zij in de afgelopen 30 dagen hasj of wiet hadden gebruikt. Zij konden hierbij meerdere antwoorden geven. Tabel 5.15 en Tabel 5.16 geven de verschillende gebruikswijzen van cannabis in de afgelopen 30 dagen weer in de interventie- en vergelijkingsgemeenten. In zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten was veruit de meest voorkomende gebruikswijze het gebruik van hasj of wiet in een joint (met tabak). Er lijken geen noemenswaardige verschillen te zijn in gebruikswijzen op T_1 ten opzichte van T_0 in zowel de interventie- als vergelijkingsgemeenten. Er is vanwege de kleine aantallen alleen een difference-in-differences-analyse uitgevoerd voor in een joint (met tabak) als gebruikswijze. De verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel respondenten dat joints met tabak gebruikten, verschilt niet significant tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,04, SE = 0,03, *p* = 0,106).

Tabel 5.15 Gebruikswijzen cannabis in interventiegemeenten op T_0 en T_1 in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages)*

	T_0 (*n* = 490)		T_1 (*n* = 420)	
	n	%	*n*	%
In een joint (met tabak)	457	93%	377	90%
In een joint (met kruiden of ander mengsel)	15	3%	11	3%
Puur als sigaret	37	8%	46	11%
In een waterpijp	9	2%	1	0%
In een pijpje (chillum of bong)	23	5%	9	2%
In een heat-not-burn-vaporizer (handheld of tafelmodel)	7	1%	3	1%
In een e-sigaret (vape)	1	0%	10	2%
In voedsel	3	1%	10	2%
In een drank	0	0%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Tabel 5.16 Gebruikswijzen cannabis in vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1 in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages)*

	T_0 (*n* = 429)		T_1 (*n* = 433)	
	n	%	*n*	%
In een joint (met tabak)	397	93%	401	93%
In een joint (met kruiden of ander mengsel)	5	1%	14	3%
Puur als sigaret	22	5%	30	7%
In een waterpijp	3	1%	4	1%
In een pijpje (chillum of bong)	16	4%	12	3%
In een heat-not-burn-vaporizer (handheld of tafelmodel)	9	2%	4	1%
In een e-sigaret	1	0%	6	1%
In voedsel	5	1%	10	2%
In een drank	0	0%	0	0%

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Joints per gebruiksdag

Aan de respondenten die cannabis roken in een joint als gebruikswijze aangaven, is gevraagd hoeveel joints zij op een gemiddelde gebruiksdag rookten. De verandering tussen T_0 en T_1 in het aantal joints met tabak per gebruiksdag verschilt niet tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,53, SE = 0,27, *p* = 0,059). Voor joints puur als sigaret en joints met kruiden of ander mengsel zijn de aantallen te klein om conclusies te trekken over de verschillen.

Tabel 5.17 Gemiddeld aantal joints per gebruiksdag in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1

	T_0		T_1	
	n	**Gemiddelde (SD)**	***n***	**Gemiddelde (SD)**
Interventie				
Joints met tabak	454	3,0 (2,4)	376	3,6 (3,6)
Joints puur als sigaret	37	1,1 (0,9)	46	2,2 (2,1)
Joints met kruiden of ander mengsel	15	1,2 (0,4)	10	3,4 (2,0)
Vergelijking				
Joints met tabak	394	3,0 (2,5)	394	3,1 (2,8)

	T_0		T_1	
	n	**Gemiddelde (SD)**	***n***	**Gemiddelde (SD)**
Joints puur als sigaret	22	1,6 (1,2)	30	2,1 (1,3)
Joints met kruiden of ander mengsel	5	1,6 (1,8)	14	1,7 (1,1)

5.7 Gebruiksmotieven: recreatief en/of medicinaal

Tabel 5.18 en Tabel 5.19 tonen de gebruiksmotieven van cannabis in de afgelopen 30 dagen. In de interventie- én de vergelijkingsgemeenten gebruikte een ruime meerderheid van de respondenten (ongeveer 8 op de 10) cannabis meestal of altijd voor recreatieve doeleinden. In zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten gebruikte een kwart van de deelnemers cannabis altijd of meestal voor medicinale doeleinden, zonder doktersrecept. In zowel de interventie- als vergelijkingsgemeenten lijken er in het aantal mensen dat cannabis in de afgelopen 30 dagen medicinaal had gebruikt, geen relevante verschillen te zijn tussen T_0 en T_1.

Tabel 5.18 Gebruiksmotieven (recreatief en/of medicinaal) cannabis in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages) voor interventiegemeenten op T_0 en T_1

	Motief	**Altijd**	**Meestal**	**Soms**	**Zelden**	**Nooit**
T_0	Medicinale doeleinden, zonder doktersrecept, *n*(%), *n* = 482	46 (10%)	47 (10%)	74 (15%)	23 (5%)	292 (61%)
	Medicinale doeleinden, op doktersrecept, *n*(%), *n* = 473	1 (<1%)	1 (<1%)	1 (<1%)	3 (1%)	467 (99%)
	Recreatieve doeleinden, *n*(%), *n* = 489	328 (67%)	70 (14%)	48 (10%)	11 (2%)	32 (7%)
T_1	Medicinale doeleinden, zonder doktersrecept, *n*(%), *n* = 419	77 (18%)	34 (8%)	26 (6%)	13 (3%)	269 (64%)
	Medicinale doeleinden, op doktersrecept, *n*(%), *n* = 416	6 (1%)	2 (1%)	5 (1%)	1 (<1%)	402 (97%)
	Recreatieve doeleinden, *n*(%), *n* = 418	289 (69%)	50 (12%)	30 (7%)	9 (2%)	40 (10%)

Tabel 5.19 Gebruiksmotieven (recreatief en/of medicinaal) cannabis in de afgelopen 30 dagen (frequenties en percentages) voor vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1

	Motief	Altijd	Meestal	Soms	Zelden	Nooit
T_0	Medicinale doeleinden, zonder doktersrecept, *n* = 482	45 (11%)	58 (14%)	66 (15%)	19 (4%)	242 (56%)
	Medicinale doeleinden, op doktersrecept, *n* = 473	3 (1%)	2 (1%)	1 (<1%)	3 (1%)	419 (98%)
	Recreatieve doeleinden, *n* = 489	273 (64%)	87 (20%)	42 (10%)	12 (3%)	16 (4%)
T_1	Medicinale doeleinden, zonder doktersrecept, *n* = 423	54 (13%)	55 (13%)	35 (8%)	12 (3%)	267 (63%)
	Medicinale doeleinden, op doktersrecept, *n* = 421	3 (1%)	1 (<1%)	0 (0,0%)	1 (<1%)	416 (99%)
	Recreatieve doeleinden, *n* = 430	280 (65%)	57 (13%)	36 (8%)	10 (2%)	47 (11%)

5.8 Gebruik van andere middelen

Aan de respondenten is gevraagd of zij in de afgelopen 30 dagen ook andere middelen (drugs, tabak of alcohol) hadden gebruikt. Respondenten gaven aan of zij inderdaad deze middelen gebruikten en zo ja, op hoeveel dagen in de afgelopen maand zij het betreffende middel gebruikten. Voor middelen met een klein aantal gebruikers (*n* < 5) is geen gemiddeld aantal gebruiksdagen berekend. Ook van 'ander middel' is het gemiddelde aantal gebruiksdagen niet meegenomen, omdat de middelen te veel uiteenliepen.

Tabel 5.20 en Tabel 5.21 laten zien dat van zowel de respondenten in de interventie- als in de vergelijkingsgemeenten rond de 60-70% andere middelen dan cannabis gebruikten.

Tabel 5.20 Gebruik van andere middelen dan cannabis in de interventiegemeenten in de afgelopen 30 dagen (in percentages en gemiddeld aantal gebruiksdagen) op T_0 en T_1 (meerdere antwoorden mogelijk)

	T_0 (*n* = 491)			T_1 (*n* = 418)		
Middel	***n***	**%**	**Gemiddeld aantal gebruiksdagen (SD)**	***n***	**%**	**Gemiddeld aantal gebruiksdagen (SD)**
Alcohol	218	44,4	7,7 (7,6)	174	41,6	5,9 (7,1)
Tabak	178	36,3	27,5 (7,1)	154	36,8	27,3 (6,7)
Ecstasy	28	5,7	1,2 (0,5)	7	1,7	1 (0)
Cocaïne	24	4,9	1,5 (1,1)	12	2,9	4,9 (8,6)
Ketamine	9	1,8	1 (0,0)	3	0,7	-
Truffels	7	1,4	1 (0,0)	3	0,7	-
Speed (amfetamine)	6	1,2	2,0 (1,5)	2	0,5	-
Lachgas	2	0,4	-	0	0,0	-
GHB	0	0,0	-	0	0,0	-
3-MMC*	-	-	-	5	1,9	-
Ander middel	12	2,4	-	6	1,4	-
Geen andere middelen gebruikt	183	37,3	n.v.t.	159	38,0	n.v.t.

** Was geen antwoordoptie op T_0*

Tabel 5.20 bevat het gebruik van andere middelen dan cannabis in de interventiegemeenten. Er lijken geen verschillen te zijn tussen T_0 en T_1 in het alcohol- en tabaksgebruik. Van de andere middelen zijn de aantallen te laag om er conclusies aan te verbinden. Tabel 5.21 bevat het gebruik van andere middelen dan cannabis in de vergelijkingsgemeenten. Er lijkt ten opzichte van T_0 een toename te zijn in het aantal respondenten dat alcohol en tabak gebruikte in de afgelopen 30 dagen. Het aantal gebruiksdagen lijkt niet te zijn veranderd. Van de andere middelen zijn de aantallen te laag om hier conclusies aan te verbinden.

Tabel 5.21 Gebruik van andere middelen dan cannabis in de vergelijkingsgemeenten in de afgelopen 30 dagen (in percentages en gemiddeld aantal gebruiksdagen) op T_0 en T_1 (meerdere antwoorden mogelijk)

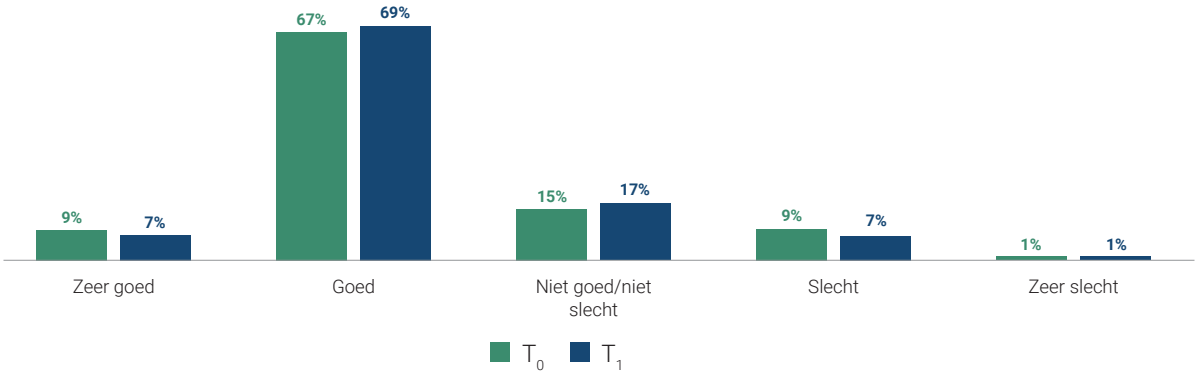
	T_0 (*n* = 431)			T_1 (*n* = 430)		
Middel	***n***	**%**	**Gemiddelde gebruiksdagen (SD)**	***n***	**%**	**Gemiddelde gebruiksdagen (SD)**
Alcohol	155	36,0	8,4 (8,7)	209	48,6	7,4 (7,4)
Tabak	123	28,5	28,2 (6,2)	156	36,3	27,1 (7,0)
Ecstasy	36	8,4	1,2 (0,6)	12	2,8	1,5 (0,9)
Cocaïne	16	3,7	3,8 (7,1)	15	3,5	5,4 (9,0)
Ketamine	12	2,8	1,2 (0,4)	5	1,2	1,2 (0,4)
Truffels	9	2,1	1,2 (0,7)	9	2,1	1,3 (1)
Speed (amfetamine)	6	1,4	1,4 (0,9)	3	0,7	-
Lachgas	1	0,2	-	0	0,0	-
GHB	0	0,0	-	3	0,7	-
3-MMC*	-	-	-	8	1,8	-
Ander middel	16	3,7	-	9	2,1	-
Geen andere middelen gebruikt	184	42,7	-	139	32,3	-

** Was geen antwoordoptie op T_0.*

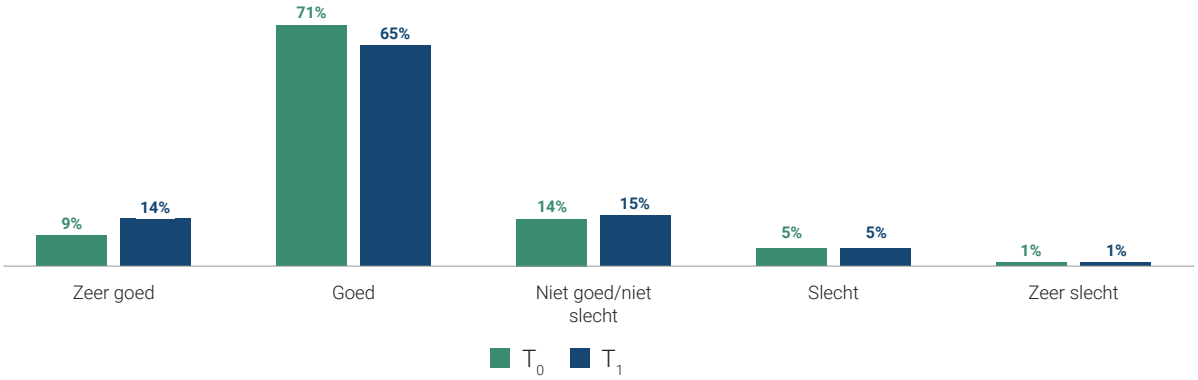
Gezondheid

Aan de respondenten is gevraagd hoe zij in het algemeen hun gezondheid beoordeelden. Figuur 5.33 en Figuur 5.34 laten de perceptie van de eigen gezondheid van de respondenten in respectievelijk de interventie- en vergelijkingsgemeenten zien. In de figuren zien we een vergelijkbaar patroon in de verdeling van de antwoordcategorieën, met in beide gevallen een ruime meerderheid van de respondenten die hun eigen gezondheid goed tot zeer goed vinden. De verandering in de beoordeling van de eigen gezondheid van respondenten tussen T_0 en T_1 verschilt niet tussen de interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = -0,01, SE = 0,07, *p* = 0,949).

Figuur 5.33 Perceptie eigen gezondheid respondent in de interventiegemeenten op T_0 (*n* = 491) en T_1 (*n* = 418)



Figuur 5.34 Perceptie eigen gezondheid respondent in de vergelijkingsgemeenten op T_0 (*n* = 427) en T_1 (*n* = 428)



5.9 Riskant gebruik

Ongeveer twee derde van de coffeeshopbezoekers had een verhoogd risico op een cannabisstoornis op basis van de CAST-vragenlijst (Legleye et al. 2007). De CAST is een screeningsinstrument; op basis van de score kan niet worden vastgesteld of iemand daadwerkelijk een cannabisstoornis heeft. De CAST-vragenlijst bestaat uit 6 items:

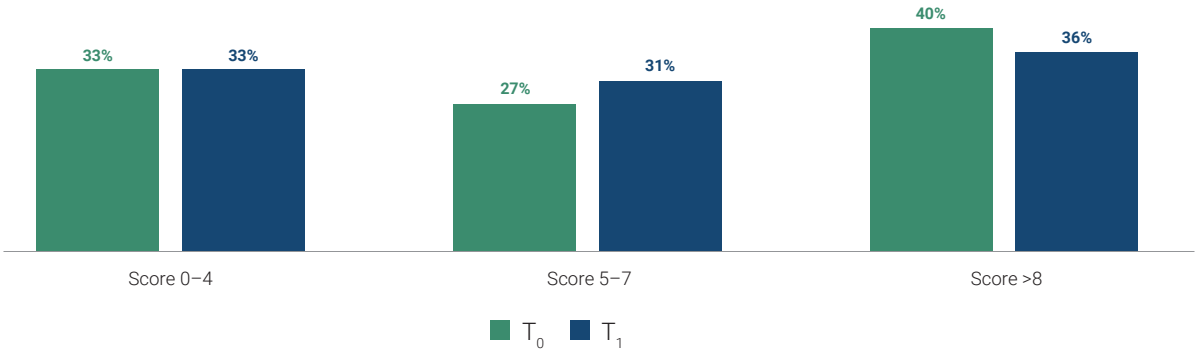
Hoe vaak in de afgelopen 12 maanden…

1. *heb je hasj of wiet gebruikt voor de middag?*
2. *heb je hasj of wiet gebruikt terwijl je alleen was?*
3. *heb je geheugenproblemen gehad als je hasj of wiet hebt gebruikt?*
4. *hebben jouw vrienden of familie je verteld dat minder hasj of wiet zou moeten gebruiken of dat je zou moeten stoppen?*
5. *heb je geprobeerd om te stoppen met hasj of wiet zonder dat het lukte?*
6. *heb je problemen gehad door jouw hasj- of wietgebruik?*

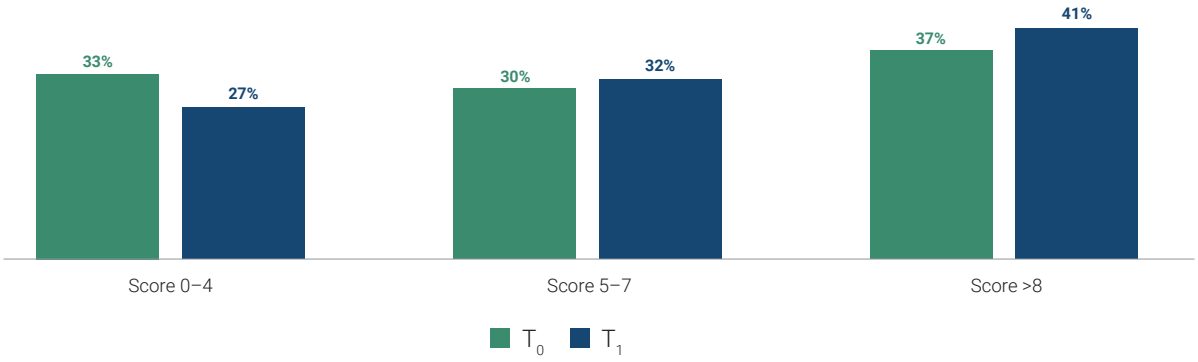
De respondent beantwoordde deze vragen op een vijfpunts Likertschaal variërend van 0 *nooit* tot 4 *heel vaak*. De score op de screeningsvragenlijst kan variëren van 0 tot 24. Onderzoek onder cannabisgebruikers van 15-64 jaar wijst uit dat een score van 5 tot 7

kan duiden op een matig verhoogd risico op een stoornis in het gebruik van cannabis en een score van 8 of hoger kan duiden op een ernstig verhoogd risico op een stoornis in het gebruik van cannabis (Legleye et al. 2018). De verandering in het aandeel respondenten met een CAST-score van 8 of hoger tussen T_0 en T_1 verschilt niet tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten (*B* = 0,08, SE = 0,05, *p* = 0,095). Omdat de experimenteerfase pas op 7 april 2025 startte, er voor hasj vanaf 1 september dat jaar werd gehandhaafd en de dataverzameling in het najaar van 2025 heeft plaatsgevonden, is er een te korte blootstelling geweest om verschillen of gebrek aan verschillen tussen de interventiegemeenten te duiden.

Figuur 5.35 Percentage respondenten in de interventiegemeenten naar categorieën van CAST-scores op T_0 (*n* = 481) en T_1 (*n* = 411)



Figuur 5.36 Percentage respondenten in de vergelijkingsgemeenten naar categorieën van CAST scores op T_0 (*n* = 422) en T_1 (*n* = 415)



De respondenten in de interventie- en vergelijkingsgemeenten met een CAST-score van 8 of hoger gebruikten vaker frequent cannabis dan de respondenten met een lagere CAST-score, zie Tabel 5.22 en Tabel 5.23. Deze verdeling is vergelijkbaar tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Tabel 5.22 Aantal dagen cannabis gebruikt in de afgelopen 30 dagen naar CAST-score in interventiegemeenten op T_0 (*n* = 480) en T_1 (*n* = 407)

	T_0						T_1					
	CAST-score 0-4 *n* **= 157**		**CAST-score 5-7** *n* **= 131**		**CAST-score 8 of hoger** *n* **= 192**		**CAST-score 0-4** *n* **= 135**		**CAST-score 5-7** *n* **= 124**		**CAST-score 8 of hoger** *n* **= 148**	
1-3 dagen	14	9%	1	1%	1	1%	8	6%	2	2%	2	1%
4-9 dagen	24	15%	11	8%	13	7%	20	15%	7	6%	8	5%
10-19 dagen	32	20%	14	11%	17	9%	34	25%	20	16%	10	7%
20 dagen of meer	87	55%	105	80%	161	84%	73	54%	95	77%	128	87%

Tabel 5.23 Aantal dagen cannabis gebruikt in de afgelopen 30 dagen naar CAST-score in vergelijkingsgemeenten op T_0 (*n* = 416) en T_1 (*n* = 415)

	T_0						T_1					
	CAST-score 0-4 *n* **= 134**		**CAST-score 5-7** *n* **= 125**		**CAST-score 8 of hoger** *n* **= 157**		**CAST-score 0-4** *n* **= 112**		**CAST-score 5-7** *n* **= 134**		**CAST-score 8 of hoger** *n* **= 169**	
1-3 dagen	9	7%	2	2%	1	1%	19	17%	6	5%	1	1%
4-9 dagen	27	20%	10	8%	5	3%	23	21%	16	12%	5	3%
10-19 dagen	19	14%	24	19%	13	8%	17	15%	20	15%	17	10%
20 dagen of meer	79	59%	89	71%	138	88%	53	47%	92	69%	146	86%

Incidenten

Aan de respondenten is gevraagd of ze in de afgelopen twaalf maanden onwel waren geworden of een ongeluk hadden gehad tijdens of door het gebruik van cannabis. Deze vraag werd door 842 respondenten beantwoord. De meerderheid van de respondenten in zowel de interventiegemeenten (93%, *n* = 387) als de vergelijkingsgemeenten (92%, *n* = 391) antwoordde 'nee'. Omdat de experimenteerfase pas op 7 april 2025 inging, er voor hasj vanaf 1 september dat jaar werd gehandhaafd en de dataverzameling in het najaar van 2025 heeft plaatsgevonden, is er een te korte blootstelling geweest om verschillen of gebrek aan verschillen tussen de interventiegemeenten te duiden.

Aan de respondenten in de interventiegemeenten en de vergelijkingsgemeenten die een incident hadden meegemaakt, werd gevraagd om welk soort incident het ging. Hierbij konden meerdere antwoorden worden gegeven. Het aandeel mensen dat in de interventiegemeenten in de afgelopen twaalf maanden één of meerdere gezondheidsincidenten rapporteerde op T_1 (*n* = 26, 6%) lijkt lager te zijn dan op T_0 (*n* = 61, 12%). Ook in de vergelijkingsgemeenten (*n* = 31, 7%) lijkt het aandeel mensen dat gezondheidsincidenten rapporteerde op T_1 iets lager dan op T_0 (*n* = 41, 10%). Omdat de aantallen echter zeer klein zijn kan op basis van deze data geen conclusie worden getrokken dat het aantal incidenten is afgenomen.

In de interventiegemeenten werden misselijkheid/overgeven (*n* = 14) en bewustzijn verloren of out gaan (*n* = 7) het meest gerapporteerd. Andere categorieën werden slechts enkele keren genoemd. In de vergelijkingsgemeenten werden misselijkheid/overgeven (*n* = 16), angst- of paniekaanval (*n* = 8) en bewustzijn verloren of out gaan (*n* = 5) het meest gerapporteerd. Andere categorieën werden slechts enkele keren genoemd. Op T_0 waren deze categorieën ook de meest genoemde categorieën.

Aan de respondenten die een incident hadden meegemaakt, werd gevraagd of zij hulp hadden ingeschakeld voor het gezondheidsprobleem of incident en of ze bij het gezondheidsprobleem of incident ook alcohol of andere drugs hadden gebruikt. Omdat de aantallen voor beide vragen zeer laag zijn wordt er niet op verschillen getoetst en worden de data enkel beschrijvend gerapporteerd.

Minderen of stoppen met gebruik

Aan de respondenten werd gevraagd of zij in de afgelopen twaalf maanden hulp hadden gezocht om te stoppen of minderen met het gebruik van hasj of wiet. In de interventiegemeenten gaf 8% hier 'ja' op als antwoord en in de vergelijkingsgemeenten 11%.

In de interventiegemeenten waren de meest genoemde categorieën hulp via verslavingszorg (*n* = 14), op internet tips gezocht (*n* = 12) en hulp via de huisarts of psycholoog (*n* = 9). In de vergelijkingsgemeenten waren de meest genoemde categorieën hulp via verslavingszorg (*n* = 21), hulp via de huisarts of psycholoog (*n* = 13) en hulp via familie of vrienden of andere mensen in mijn omgeving (*n* = 8). Deze aantallen worden niet vergeleken met T_0 omdat de aantallen hiervoor te klein zijn.

5.10 Coffeeshopbezoekers en de illegale markt

De module illegale markt begon met de selectievraag of de respondenten in de afgelopen maand buiten de coffeeshop in dezelfde of een andere gemeente cannabis hadden gekocht. Omdat de experimenteerfase pas op 7 april 2025 startte, er voor hasj vanaf

1 september dat jaar werd gehandhaafd en de dataverzameling in het najaar van 2025 heeft plaatsgevonden, is er een te korte blootstelling geweest om verschillen of gebrek aan verschillen tussen de interventiegemeenten te duiden. Van de respondenten antwoordden 32 mensen 'ja': 22 uit de interventiegemeenten (5%) en 10 uit de vergelijkingsgemeenten (2%). Op T_0 was dit aantal voor de interventiegemeenten ook al hoger (*n* = 23) dan voor de vergelijkingsgemeenten (*n* = 13).

Deze groep kreeg vervolgens aanvullende vragen, bijvoorbeeld:

- Hoe vaak zij cannabis kochten op de illegale markt;
- waarom zij daar kochten (zoals prijs, kwaliteit, variëteit, sterkte);
- en waar en hoe zij meestal kochten (bijvoorbeeld in de gemeente zelf, via een straatdealer, een 06-dealer of online).

Van de 22 respondenten in de interventiegemeenten kochten evenveel respondenten wiet (*n* = 8) als hasj (*n* = 8). Ook kochten 6 respondenten beide. Van de 10 respondenten in de vergelijkingsgemeenten kochten 6 respondenten wiet, 1 hasj en 3 beide. In zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten kochten zij hun cannabis meestal via vrienden.

De module illegale markt bevatte daarnaast vragen over drugs die in buurt van de coffeeshop werden aangeboden. Aan de respondenten werd gevraagd of zij in de afgelopen 30 dagen in de directe omgeving van de coffeeshop drugs aangeboden hadden gekregen. Deze vraag werd door alle respondenten beantwoord: 60 respondenten (9%, 41 in de interventie- en 19 in de vergelijkingsgemeenten) gaven aan dat zij inderdaad in de directe omgeving van de coffeeshop drugs aangeboden hadden gekregen. Op de nulmeting was dit aantal voor interventiegemeenten ook al hoger (*n* = 55) dan in de vergelijkingsgemeenten (*n* = 27). Bij de vraag welke drugs de respondenten aangeboden kregen, konden ze meerdere opties invullen. In de interventiegemeenten was dit 16 keer hasj, 18 keer wiet en 17 keer andere drugs. In de vergelijkingsgemeenten was dit 6 keer hasj, 6 keer wiet en 13 keer andere drugs.

6 Leefbaarheid rondom coffeeshops

Kernpunten van dit hoofdstuk

- **De leefbaarheid wordt in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten positief beoordeeld.**
  In zowel interventie als vergelijkingsgemeenten is de meerderheid (zeer) tevreden over het wonen en/of werken in de buurt (interventie: 88%; vergelijking: 84%). De gemiddelde leefbaarheidsscore ligt dicht bij elkaar (7,6 versus 7,8) en komt overeen met landelijke cijfers (7,6).
- **Mogelijke overlast wordt vaker gesignaleerd in interventiegemeenten dan in vergelijkingsgemeenten.**
  Mogelijke overlast wordt door omwonenden en/of omwerkenden vaker gerapporteerd in interventiegemeenten dan in vergelijkingsgemeenten (68% en 59%). In beide groepen gaat het vooral om overlast door rondhangende personen, verkeer en geluid. Deze vormen van potentiële overlast komen in interventiegemeenten iets vaker voor dan in vergelijkingsgemeenten. Van de omwonenden en/of omwerkenden die mogelijke overlast signaleren, geeft driekwart aan in de afgelopen zes maanden ook daadwerkelijk zelf overlast te hebben ervaren (73% in interventiegemeenten en 75% in vergelijkingsgemeenten). Rondhangende personen worden daarbij in beide groepen het vaakst genoemd als bron van ervaren overlast.
- **Slechts een beperkte groep bewoners doet melding of aangifte van drugs- of alcoholgerelateerde overlast.**
  Een kleine minderheid van de omwonenden en/of omwerkenden heeft in de afgelopen zes maanden melding gedaan of aangifte gedaan van drugs- of alcoholgerelateerde overlast; Het gaat om 15% van de omwonenden en/of omwerkenden in de interventiegemeenten en 13% in de vergelijkingsgemeenten. In de vorige meting ging het om 22% en 12%.
- **De veiligheid in de buurt wordt overwegend positief beoordeeld.**
  De veiligheid in de buurt wordt gemiddeld positief beoordeeld. Omwonenden en/of omwerkenden beoordelen de veiligheid gemiddeld met een 7,0 in interventiegemeenten en een 7,2 in de vergelijkingsgemeenten. In de vorige meting was de beoordeling vergelijkbaar (7,1 respectievelijk 7,5).
- **Het slachtofferschap van misdrijven is in beide gemeentetypen toegenomen.**
  Het slachtofferschap van misdrijven in de buurt is in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten toegenomen ten opzichte van de vorige meting en ligt op ongeveer één op de vijf respondenten (interventie: 21%; vergelijking: 18%). Dit is vergelijkbaar met landelijke cijfers (20%).

Om zicht te krijgen op de aard en omvang van eventuele overlast in de directe omgeving van de coffeeshops, zijn tussen september en december 2025 enquêtes afgenomen onder personen die in de directe omgeving van de coffeeshop wonen en/of werken.[21] In totaal werden 441 enquêtes afgenomen: 218 in interventie- en 223 in vergelijkingsgemeenten. Om de uitkomsten van de enquêtes goed te kunnen duiden, worden de uitkomsten – waar mogelijk en relevant – vergeleken met eerder onderzoek, waaronder de *Veiligheidsmonitor 2025*, het meest recente onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek (2026).

Respondenten

In zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten is de gemiddelde leeftijd 44,2 jaar. In de vorige meting was de gemiddelde leeftijd in interventiegemeenten 40,8 jaar en in vergelijkingsgemeenten 41,5 jaar. In de interventiegemeenten bestaat 52% van de respondenten uit mannen en 46% uit vrouwen. 2% van de respondenten valt in de categorie anders. In de vergelijkingsgemeenten zijn mannen en vrouwen in gelijke mate vertegenwoordigd. In de vorige meting bestond in zowel de interventie- als de vergelijkingsgemeenten iets meer dan de helft van de respondenten uit mannen (52% en 53%), tegenover 48% en 47% vrouwen.

6.1 Leefbaarheid

Aan de respondenten is gevraagd hoe (on)tevreden zij zijn met het wonen en/of werken in de buurt (zie Figuur 6.1 en Figuur 6.2). De meerderheid van de respondenten in zowel de interventiegemeenten als de vergelijkingsgemeenten gaf aan (zeer) tevreden te zijn over het wonen en/of werken in de buurt. In de interventiegemeenten betrof dit 88% van de respondenten, tegenover 84% bij de vorige meting. In de vergelijkingsgemeenten gaf 84% aan (zeer) tevreden te zijn, terwijl dit in de eerdere meting nog 93% was.

Een klein deel van de respondenten was (zeer) ontevreden over het wonen en/of werken in de buurt. In de interventiegemeenten ging het om 5%, vergeleken met 7% in de vergelijkingsgemeenten. Bij de vorige meting was dit respectievelijk 5% in de interventiegemeenten en 3% in vergelijkingsgemeenten.

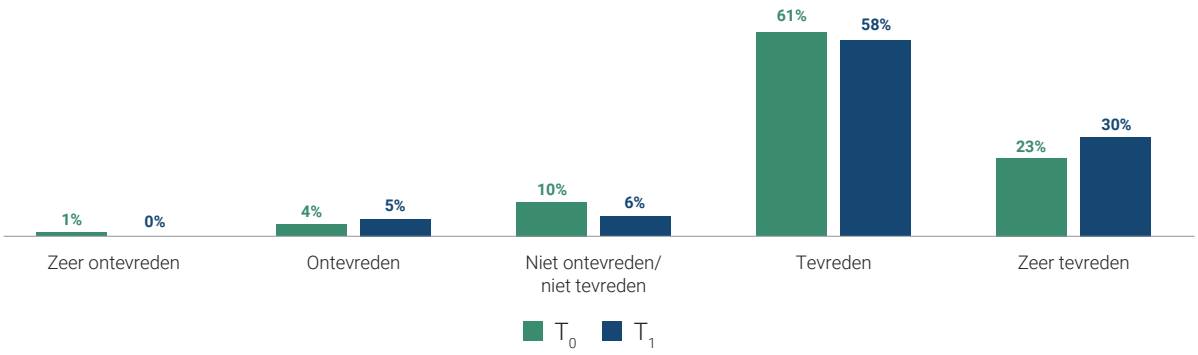
Respondenten beoordeelden het wonen en/of werken in de buurt met een ruime voldoende. In de interventiegemeenten gaven zij hiervoor gemiddeld een 7,6,[22] tegenover een 7,8[23] in de vergelijkingsgemeenten. Bij de vorige meting waren deze gemiddelden vergelijkbaar: 7,7 in de interventiegemeenten en 7,9 in vergelijkingsgemeenten. Deze ontwikkeling sluit aan bij het landelijke beeld. In de Veiligheidsmonitor 2025 beoordeelden Nederlanders de leefbaarheid in hun buurt gemiddeld met een 7,6 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). Ook in eerdere edities van de Veiligheidsmonitor (2023 en 2021) was dit landelijk gemiddelde een 7,6.

21 In dit hoofdstuk worden zij ook wel 'omwonenden', 'omwerkenden' of 'respondenten' genoemd.

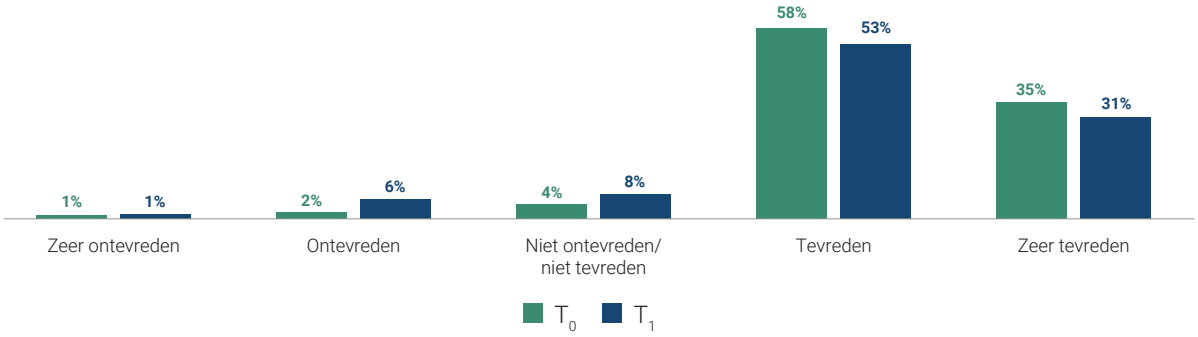
22 *n* = 218. Het laagste rapportcijfer is een 2, het hoogste een 10.

23 *n* = 223. Het laagste rapportcijfer is een 1, het hoogste een 10.

Figuur 6.1 Tevredenheid van omwonenden en/of omwerkenden in interventiegemeenten over het wonen en/of werken in de buurt T_0 (*n* = 217) en T_1 (*n* = 218), in procenten



Figuur 6.2 Tevredenheid van omwonenden en/of omwerkenden in vergelijkingsgemeenten over het wonen en/of werken in de buurt T_0 (*n* = 217) en T_1 (*n* = 223), in procenten



6.2 Overlast

In deze paragraaf gaan we in de op overlast. Allereerst besteden we aandacht aan voorvallen waarvan mensen overlast of hinder zouden kunnen ondervinden. Vervolgens gaan we in op de daadwerkelijk ervaren overlast.

Mogelijke overlast

Aan de respondenten is gevraagd of in de voorgaande zes maanden voorvallen hadden plaatsgevonden in de directe woon- of werkomgeving die overlast of hinder zouden kunnen veroorzaken, ongeacht of ook daadwerkelijk overlast was ervaren door de respondent. Het konden zowel voorvallen betreffen gerelateerd aan de coffeeshop, als voorvallen met andere oorzaken. De resultaten zijn weergegeven in Tabel 6.1 en Tabel 6.2.

Interventiegemeenten

In de interventiegemeenten gaf twee derde van de respondenten (68,4%, *n* = 149 van de 218) aan dat er in de afgelopen zes maanden voorvallen waren geweest waarvan mensen overlast en/of hinder zouden kunnen ervaren. Het ging daarbij met name om overlast van rondhangende personen (*n* = 88, 59%), verkeer (*n* = 39, 26%) en geluid (*n* = 38, 26%). In de vorige meting werden deze drie vormen van overlast eveneens het vaakst genoemd.

Aan de respondenten die aangaven dat er in de voorgaande zes maanden voorvallen waren

geweest waarvan de respondent of anderen overlast konden ervaren, is gevraagd hoe vaak deze voorvallen hadden plaatsgevonden. De resultaten hiervan zijn weergegeven in Tabel 6.1. Over het algemeen gaven respondenten aan dat voorvallen die potentieel overlast veroorzaakten, net als in de vorige meting, vaak tot altijd voorkwamen.

Vervolgens is aan de respondenten gevraagd waardoor of door wie deze voorvallen volgens hen werden veroorzaakt. Daarbij is nagegaan in hoeverre respondenten de verschillende vormen van potentiële overlast toeschreven aan de coffeeshops en zijn bezoekers (Tabel 6.1). Overlast van rondhangende personen werd het vaakst aan de coffeeshop en zijn bezoekers gerelateerd (*n* = 16), gevolgd door verkeersoverlast (*n* = 13) en rommel/zwerfafval en/of vervuiling (*n* = 12). In de vorige meting werd verkeersoverlast (*n* = 14) het vaakst aan de coffeeshop toegeschreven. Voor alle vormen van potentiële overlast gold dat deze vaker niet dan wel aan de coffeeshop wordt toegeschreven, met uitzondering van geuroverlast.

Tabel 6.1 Aantal unieke respondenten in interventiegemeenten dat aangaf dat overlastvorm voorkomt, de frequentie waarmee dit het geval zou zijn en de mate waarin de potentiële overlast aan de coffeeshop gerelateerd werd (*n* = 149*)

Overlastvorm	Overlast komt voor	Zelden, soms	Regelmatig	Vaak, altijd	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen[24]	88 (59%)	10	19	59	0
Geluidsoverlast	38 (26%)	6	12	20	0
Verkeersoverlast	39 (26%)	5	4	30	0
Drugsgebruik	34 (23%)	3	7	24	0
Alcoholgebruik	20 (13%)	6	2	12	0
Rommel, zwerfafval en/ of vervuiling	36 (24%)	3	12	21	0
Drugshandel	29 (20%)	4	6	19	0
Geuroverlast	14 (9%)	0	4	10	0
Geweld en/of agressie	6 (4%)	5	1	0	0
Vandalisme	1 (1%)	1	0	0	0
Diefstal	2 (1%)	0	1	1	0
Lastigvallen	1 (1%)	1	0	0	0
Anders	10 (7%)	4	2	4	0

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

24 Hieronder vallen ook antwoorden als 'ongure types die door de buurt lopen' of 'verwarde personen die door de buurt lopen'.

Overlastvorm	Relateert aan coffeeshop	Relateert niet aan coffeeshop	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen	16	68	4
Geluidsoverlast	3	35	0
Verkeersoverlast	13	26	0
Drugsgebruik	11	22	1
Alcoholgebruik	0	20	0
Rommel, zwerfafval en/of vervuiling	12	21	3
Drugshandel	9	19	1
Geuroverlast	10	4	0
Geweld en/of agressie	1	4	1
Vandalisme	0	0	1
Diefstal	0	2	0
Lastigvallen	0	1	0
Anders[25]	2	7	1

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Vergelijkingsgemeenten

In de vergelijkingsgemeenten gaf ruim de helft van de respondenten (58,7%, *n* = 131 van de 223) aan dat er in de afgelopen zes maanden voorvallen hadden plaatsgevonden waarvan mensen overlast en/of hinder zouden kunnen ervaren. Respondenten noemden daarbij het vaakst rondhangende personen (*n* = 62, 47%), gevolgd door geluidsoverlast (*n* = 47, 36%) en verkeersoverlast (*n* = 41, 31%). In de vorige meting werden overlast door verkeer (*n* = 45, 37%), geluid (*n*=39, 32%) en rondhangende personen (*n* = 29, 24%) eveneens als meest voorkomende vormen van overlast genoemd.

Aan de respondenten die aangaven dat er in de voorgaande zes maanden voorvallen waren geweest waarvan de respondent of anderen overlast konden ervaren, werd gevraagd hoe vaak deze voorvallen hadden plaatsgevonden. Hieruit komt naar voren dat voorvallen die potentieel overlast veroorzaakten over het algemeen vaak tot altijd voorkwamen.

Vervolgens werd aan de respondenten gevraagd waardoor of door wie deze voorvallen volgens hen werden veroorzaakt. Daarbij werd nagegaan in hoeverre respondenten de verschillende vormen van potentiële overlast toeschrijven aan de coffeeshop en diens bezoekers. De resultaten hiervan zijn weergegeven in Tabel 6.2. Verkeersoverlast (*n* = 21) werd het vaakst toegeschreven aan de coffeeshop. In de vorige meting was dit

25 In de antwoordcategorie 'anders' vallen verschillende antwoorden die niet in een categorie zijn onder te brengen.

eveneens het geval (*n* = 23). Geuroverlast werd vaker aan de coffeeshop gerelateerd dan aan andere omstandigheden (*n* = 9). Voor de overige vormen van overlast gold dat deze vaker niet dan wel aan de coffeeshop worden gerelateerd.

Tabel 6.2. Aantal unieke respondenten in vergelijkingsgemeenten dat aangaf dat overlastvorm voorkwam, de frequentie waarmee dit het geval zou zijn en de mate waarin de potentiële overlast aan de coffeeshop gerelateerd werd (*n* = 131*)

Overlastvorm	Overlast komt voor	Zelden, soms	Regelmatig	Vaak, altijd	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen	62 (47%)	7	21	34	0
Geluidsoverlast	47 (36%)	12	10	25	0
Verkeersoverlast	41 (31%)	4	9	28	0
Drugsgebruik	34 (26%)	7	8	19	0
Alcoholgebruik	29 (22%)	3	7	19	0
Rommel, zwerfafval en/ of vervuiling	23 (18%)	4	7	10	2
Drugshandel	14 (11%)	1	4	9	0
Geuroverlast	11 (8%)	3	3	5	0
Geweld en/of agressie	2 (2%)	2	0	0	0
Vandalisme	4 (3%)	1	2	1	0
Diefstal	1 (1%)	0	1	0	0
Lastigvallen	1 (1%)	0	0	1	0
Anders	7 (5%)	5	1	1	0

Overlastvorm	Relateert aan coffeeshop	Relateert niet aan coffeeshop	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen	15	45	2
Geluidsoverlast	9	37	1
Verkeersoverlast	21	20	0
Drugsgebruik	13	18	3
Alcoholgebruik	0	28	1
Rommel, zwerfafval en/of vervuiling	5	12	6

Overlastvorm	Relateert aan coffeeshop	Relateert niet aan coffeeshop	Weet niet/ geen antwoord
Drugshandel	1	13	0
Geuroverlast	9	2	0
Geweld en/of agressie	0	1	1
Vandalisme	0	2	2
Diefstal	1	0	0
Lastigvallen	0	1	0
Anders	1	4	2

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Ervaren overlast

De respondenten gaven aan welke voorvallen in de buurt voorkwamen en waar de respondent of anderen overlast van zouden kunnen ervaren. Vervolgens is gevraagd of de respondent in de voorgaande zes maanden zelf overlast had ervaren van deze voorvallen.

Interventiegemeenten

Van de 149 respondenten in de interventiegemeenten die aangaven dat er voorvallen plaatsvonden waarvan iemand overlast zou kunnen ervaren, had 73% (*n* = 109) in de afgelopen zes maanden ook daadwerkelijk zelf overlast ondervonden. Bij de vorige meting was dit 65% (*n* = 90). In Tabel 6.3 staat weergegeven waarvan en hoe vaak deze respondenten overlast hadden ervaren. Rondhangende personen werden het vaakst genoemd als bron van overlast (*n* = 53, 49%). Dit was in de vorige meting eveneens de meest genoemde vorm van overlast: toen ging het om 37% (*n* = 33) van de respondenten.

De aantallen voor andere vormen van overlast zijn grotendeels gelijk gebleven, met uitzondering van een toename in het aandeel respondenten dat overlast ervoer van rommel, zwerfafval en/of vervuiling (24%, *n* = 26), tegenover 10% (*n* = 9) in de vorige meting. Voor vrijwel alle vormen van overlast geldt bovendien dat respondenten het vaakst aangaven hier vaak tot altijd hinder van te ondervinden.

Aan de respondenten die overlast ervoeren, is daarnaast gevraagd waardoor deze overlast volgens hen werd veroorzaakt. Daarbij werd nagegaan in hoeverre zij verschillende vormen van potentiële overlast toeschreven aan de coffeeshop en zijn bezoekers. Zoals weergegeven in Tabel 6.3, geldt voor vrijwel alle vormen van overlast - met uitzondering van geuroverlast - dat deze vaker níet dan wél aan de coffeeshop werd gerelateerd. Bij de vorige meting was dit alleen het geval bij diefstal, dat toen één keer werd genoemd.

Tabel 6.3 Aantal unieke respondenten in interventiegemeenten dat daadwerkelijk overlast ervoer, de frequentie waarmee dit het geval was en of respondenten de overlast relateerden aan de coffeeshop (*n* = 109*)

Overlastvorm	Overlast komt voor	Zelden, soms	Regelmatig	Vaak, altijd	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen	53 (49%)	3	12	38	0
Geluidsoverlast	24 (22%)	5	7	12	0
Verkeersoverlast	25 (23%)	2	2	21	0
Drugsgebruik	22 (20%)	0	4	18	0
Alcoholgebruik	11 (10%)	1	4	6	0
Rommel, zwerfafval en/of vervuiling	26 (24%)	1	7	18	0
Drugshandel	17 (16%)	2	2	13	0
Geuroverlast	11 (10%)	0	3	8	0
Geweld en/of agressie	3 (3%)	2	1	0	0
Diefstal	1 (1%)	1	0	0	0
Vandalisme	1 (1%)	1	0	0	0
Lastigvallen	0 (0%)	0	0	0	0
Anders	8 (7%)	2	2	4	0

Overlastvorm	Relateert aan coffeeshop	Relateert niet aan coffeeshop	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen	14	38	1
Geluidsoverlast	3	20	1
Verkeersoverlast	12	13	0
Drugsgebruik	7	15	0
Alcoholgebruik	0	11	0
Rommel, zwerfafval en/of vervuiling	12	13	1
Drugshandel	7	10	0
Geuroverlast	8	3	0

Overlastvorm	Relateert aan coffeeshop	Relateert niet aan coffeeshop	Weet niet/ geen antwoord
Geweld en/of agressie	0	3	0
Diefstal	0	1	0
Vandalisme	0	0	1
Lastigvallen	0	0	0
Anders	2	5	1

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Vergelijkingsgemeenten

Van de 131 respondenten in de vergelijkingsgemeenten die aangaven dat er voorvallen plaatsvonden waarvan iemand overlast zou kunnen ervaren, had 75% (*n* = 98) in de afgelopen zes maanden ook daadwerkelijk zelf overlast ervaren. Bij de vorige meting was dit 58% (*n* = 71). In Tabel 6.4 staat weergegeven waarvan en hoe vaak deze respondenten overlast hadden ervaren. In de vergelijkingsgemeenten werd voornamelijk overlast ervaren van rondhangende personen (*n* = 43, 44%), geluid (*n* = 30, 31%) en verkeer (*n* = 30, 31%). Ten opzichte van de vorige meting is het aantal respondenten dat overlast ervoer van rondhangende personen toegenomen, toen ging het om 16%.

Aan respondenten die overlast ervoeren, is ook gevraagd waardoor of door wie deze overlast volgens hen werd veroorzaakt en in hoeverre deze te relateren was aan de coffeeshop en diens bezoekers. Alleen bij geuroverlast (*n* = 6 respectievelijk *n* = 0) werd de overlast vaker wel dan niet aan de coffeeshop toegeschreven. In de vorige meting werd verkeersoverlast vaker wel dan niet gerelateerd aan de coffeeshop. In de huidige meting worden de overige vormen van overlast vaker niet dan wel aan de coffeeshop gerelateerd.

Tabel 6.4 Aantal unieke respondenten in vergelijkingsgemeenten dat daadwerkelijk overlast ervoer, de frequentie waarmee dit het geval was en of respondenten de overlast relateerden aan de coffeeshop, in absolute aantallen (*n* = 98*)

Overlastvorm	Overlast komt voor	Zelden, soms	Regelmatig	Vaak, altijd	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen	43 (44%)	4	17	20	2
Geluidsoverlast	30 (31%)	4	7	17	2
Verkeersoverlast	30 (31%)	4	3	22	1
Drugsgebruik	21 (21%)	3	4	12	1
Alcoholgebruik	19 (19%)	1	6	11	1

Overlastvorm	Overlast komt voor	Zelden, soms	Regelmatig	Vaak, altijd	Weet niet/ geen antwoord
Rommel, zwerfafval en/of vervuiling	15 (15%)	2	6	6	1
Drugshandel	12 (12%)	0	4	8	0
Geuroverlast	6 (6%)	0	1	5	0
Lastigvallen	0 (0%)	0	0	0	0
Diefstal	2 (2%)	0	1	1	0
Vandalisme	2 (2%)	0	1	1	0
Anders	5 (5%)	3	1	0	1

Overlastvorm	Relateert aan coffeeshop	Relateert niet aan coffeeshop	Weet niet/ geen antwoord
Rondhangende personen	8	32	3
Geluidsoverlast	2	24	4
Verkeersoverlast	13	16	1
Drugsgebruik	6	11	4
Alcoholgebruik	0	17	2
Rommel, zwerfafval en/of vervuiling	3	9	3
Drugshandel	1	10	1
Geuroverlast	6	0	0
Diefstal	0	2	0
Vandalisme	0	1	1
Lastigvallen	0	0	0
Anders	0	3	2

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

6.3 Meldingen en aangiftes

Aan de respondenten is gevraagd of zij in de voorgaande zes maanden melding hadden gemaakt en/of aangifte hadden gedaan van overlast in de directe woon-of werkomgeving in verband met (hard)drugs of alcohol. In de interventiegemeenten had een ruime meerderheid (84%, 183 van de 218 respondenten) in de voorgaande zes maanden geen melding of aangifte gedaan. In de vorige meting lag dit percentage iets lager (78%, 170

van de 219 respondenten). In totaal had 15% (*n* = 28) van de respondenten één of meerdere meldingen gemaakt, terwijl dit in de vorige meting om 22% (*n* = 37) van de respondenten ging. 3% (*n* = 6) van de respondenten had in de voorgaande zes maanden één of meerdere aangiften gedaan. In de vorige meting ging dit om 6% (10 respondenten). Slechts één respondent had zowel meer dan één melding gemaakt als meer dan één keer aangifte gedaan, waarbij dit in de vorige meting om twee respondenten ging.

In de vergelijkingsgemeenten geldt ook dat een ruime meerderheid van de respondenten in de voorgaande zes maanden geen melding of aangifte had gedaan (87%, 193 van de 223). Dit aandeel is vergelijkbaar met de vorige meting (88%, 191 van de 216). In totaal maakte 13% van de respondenten één of meerdere meldingen (n = 25), wat gelijk is aan de vorige meting (13%, n = 24). Vier respondenten hadden in de voorgaande zes maanden één of meerdere aangiften gedaan. In de vorige meting ging dit om één respondent. Slechts één respondent had zowel meer dan één melding gemaakt als meer dan één keer aangifte gedaan.

Meldingen

In de interventiegemeenten deed 13% (n = 28) van de respondenten een melding van overlast in de directe woon- of werkomgeving in verband met (hard)drugs of alcohol. Het aantal meldingen dat door één respondent werd gedaan, varieert van één tot zeven.[26] De respondenten die in de voorgaande zes maanden melding(en) hadden gedaan, deden gemiddeld 2,7 meldingen. In de vorige meting ging dit om 2,6 meldingen.

In de vergelijkingsgemeenten geldt dat in 11% (n = 25) van de respondenten een melding hadden gedaan van overlast in de directe woon- of werkomgeving. Het laagste aantal meldingen dat door één respondent werd gedaan is één, het hoogste aantal is zes.[27] De respondenten die in de voorgaande zes maanden melding(en) hadden gedaan, deden gemiddeld 2,6 meldingen. In de vorige meting ging dit om 2,5 meldingen.

Aangiften

In de interventiegemeenten deden in de voorgaande zes maanden zes respondenten (2,8%) aangifte gedaan van overlast in de directe woon-of werkomgeving in verband met (hard)drugs of alcohol. Het aantal aangiften dat door één respondent werd gedaan, varieert van één tot drie. De respondenten die aangifte hebben gedaan, deden dat gemiddeld 1,6 keer. In de vorige meting ging het om twaalf respondenten (5,5%), die gemiddeld 1,4 keer aangifte deden.

In de vergelijkingsgemeenten deden vier respondenten (1,8%) aangifte. Het aantal aangiften dat door één respondent werd gedaan, varieert van één tot drie. De respondenten die aangifte hadden gedaan, deden dat gemiddeld 1,4 keer. In de vorige meting deed één persoon één aangifte.

Activiteiten van de politie en gemeente in verband met overlast

Tot slot is aan de respondenten gevraagd in hoeverre zij tevreden waren over de activiteiten die de politie en gemeente in de afgelopen zes maanden hadden ondernomen om overlast in de directe woon- of

26 Drie respondenten gaven aan 50, 26 en 20 meldingen te hebben gedaan in de voorgaande zes maanden. Deze worden beschouwd als uitschieter en worden daarom niet meegenomen in de berekening van het gemiddelde.

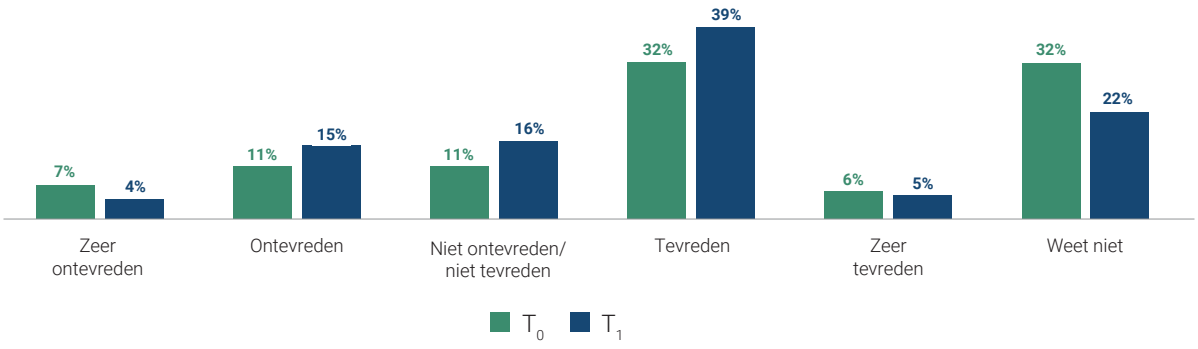
27 Drie respondenten gaven aan 30, 24 en 20 meldingen te hebben gedaan in de voorgaande zes maanden. Deze worden beschouwd als uitschieter en worden daarom niet meegenomen in de berekening van het gemiddelde.

werkomgeving tegen te gaan. De resultaten hiervan zijn weergegeven in Figuur 6.3.

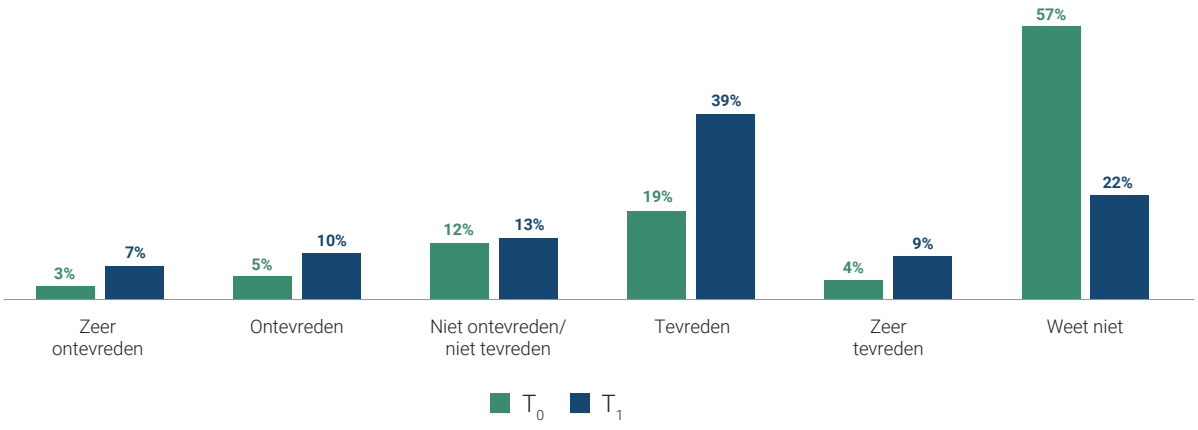
In de interventiegemeenten geldt dat iets minder dan de helft van de respondenten (44%) (zeer) tevreden was over de aanpak van overlast door politie en gemeente. In de vorige meting was dit 38%. Het percentage (zeer) ontevreden respondenten blijft nagenoeg gelijk, namelijk 19% vergeleken met 18% in de vorige meting.

In de vergelijkingsgemeenten gaf bijna de helft van de respondenten (48%) aan (zeer) tevreden te zijn over de activiteiten die de politie en gemeente ondernamen tegen overlast. Dit aandeel ligt hoger dan in de vorige meting, toen dit nog 23% bedroeg. Daarnaast is het percentage respondenten dat aangaf geen zicht te hebben op eventuele activiteiten van politie en gemeente sterk gedaald: van 57% in de vorige meting naar 22% in de huidige meting. Ten slotte gaf 17% van de respondenten aan (zeer) ontevreden te zijn, wat een stijging is ten opzichte van de vorige meting, toen dit 8% was.

Figuur 6.3 Mate waarin respondenten in interventiegemeenten tevreden waren over activiteiten van politie en gemeenten tegen overlast T_0 (*n* = 218) en T_1 (*n* = 218), in procenten



Figuur 6.4 Mate waarin respondenten in vergelijkingsgemeenten tevreden waren over activiteiten van politie en gemeenten tegen overlast T_0 (*n* = 218) en T_1 (*n* = 223), in procenten



6.4 Veiligheid

De omwonenden en omwerkenden is gevraagd naar hun perceptie van de veiligheid in de buurt. Respondenten uit de interventiegemeente gaven hiervoor gemiddeld een 7,0[28] en respondenten in de vergelijkingsgemeenten gemiddeld een 7,2.[29] In de vorige meting gaven respondenten in interventiegemeenten gemiddeld een 7,1 en in de vergelijkingsgemeenten gemiddeld een 7,5. Het huidige rapportcijfer voor de veiligheid in de buurt komt overeen met de resultaten uit de Veiligheidsmonitor 2025, waarin inwoners van Nederland de veiligheid in hun buurt gemiddeld beoordeelden met een 7,4 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). In 2023 gaven Nederlanders de veiligheid in hun buurt gemiddeld een 7,5.

Daarnaast is de respondenten gevraagd hoe vaak zij zich in de afgelopen zes maanden onveilig hadden gevoeld in hun buurt (Tabel 6.5). In de interventiegemeenten gaf 30% aan zich in deze periode weleens onveilig te hebben gevoeld in hun buurt, tegenover 28% in de vergelijkingsgemeenten. Ten opzichte van de vorige meting is in de interventiegemeenten sprake van een lichte afname (3 procentpunten) van onveiligheidsgevoelens, in de vergelijkingsgemeenten is deze sterker afgenomen (12 procentpunten). De Veiligheidsmonitor 2025 laat zien dat 17% van de inwoners van Nederland zich weleens onveilig voelt in de eigen buurt. Dit is een toename ten opzichte van 2023, toen het nog om 15% ging. 2,5% van de inwoners voelt zich vaak onveilig in de eigen buurt, in 2023 ging dit om 2,2%.

Tabel 6.5 De frequentie waarmee respondenten zich in de voorgaande zes maanden weleens onveilig voelden in de buurt

Frequentie	Interventiegemeenten T_0 (n = 218)	Interventiegemeenten T_1 (n = 218)	Vergelijkingsgemeenten T_0 (n = 216)	Vergelijkingsgemeenten T_1 (n = 222)
Nooit	73% (159)	70% (152)	84% (181)	72% (160)
Zelden	7% (16)	7% (16)	6% (14)	7% (16)
Soms	14% (31)	12% (27)	6% (14)	11% (24)
Regelmatig	3% (7)	6% (14)	2% (4)	5% (12)
Vaak	2% (5)	4% (9)	1% (3)	4% (8)
Altijd	0% (0)	0% (0)	0% (0)	1% (1)
Weet ik niet	0% (0)	0% (0)	0% (0)	1% (1)

28 *n* = 218. Het laagste rapportcijfer is een 2, het hoogste een 10.

29 *n* = 222. Het laagste rapportcijfer is een 3, het hoogste een 10.

Aan de respondenten die aangaven zich in de voorgaande zes maanden wel eens onveilig te hebben gevoeld, werd vervolgens de vraag gesteld wat de voornaamste reden was voor deze gevoelens. De genoemde redenen zijn weergegeven in Tabel 6.6. Respondenten voelden zich in alle gevallen het vaakst onveilig door rondhangende personen.

Tabel 6.6 Voornaamste reden voor gevoelens van onveiligheid in de voorgaande zes maanden, in absolute aantallen

Overlastvorm	Interventiege-meenten T_0 (n = 59)	Interventiege-meenten T_1 (n = 66)	Vergelijkings-gemeente T_0 (n = 35)	Vergelijkings-gemeenten T_1 (n = 62)
Rondhangende personen	43	56	20	44
Geluidsoverlast	2	4	2	7
Verkeersoverlast	3	8	3	4
Drugsgebruik	9	13	4	13
Alcoholgebruik	6	7	4	12
Rommel, zwerfafval en/of vervuiling	1	3	1	1
Drugshandel	5	8	1	6
Geuroverlast	0	1	0	0
Agressief gedrag	3	0	3	1
Diefstal	2	0	1	1
Intimidatie en/of bedreiging	2	2	3	4
Anders	4	5	3	9

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

Slachtofferschap

Aan de respondenten werd gevraagd of zij in de voorgaande zes maanden in de buurt slachtoffer waren geweest van een misdrijf. In de interventiegemeenten gaf 21% (*n* = 45) van de respondenten aan slachtoffer te zijn geweest, tegenover 18% (*n* = 39) in de vergelijkingsgemeenten. In de vorige meting gaf in de interventiegemeenten 15% (*n* = 34) van de respondenten aan slachtoffer te zijn geweest van een misdrijf, in de vergelijkingsgemeenten ging het om 13% (*n* = 29). In beide groepen was het slachtofferschap in de afgelopen zes maanden dus toegenomen (met 6 procentpunt in de interventiegemeenten en 5 procentpunt in de vergelijkingsgemeenten). De Veiligheidsmonitor laat zien dat in 2025 ongeveer 20% van de inwoners van Nederland van 15 jaar en ouder slachtoffer is geweest van één of meerdere delicten. Dit aandeel is gelijk aan 2023, maar iets hoger dan in 2021, toen het om 17% ging. Zowel in de enquête als in de Veiligheidsmonitor gaat het om vormen van traditionele criminaliteit.

Aan respondenten die in de voorgaande zes maanden slachtoffer waren van een misdrijf in de buurt, is gevraagd wat de aard van het misdrijf was. De resultaten worden weergegeven in Tabel 6.7. Voor zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten gold dat fietsendiefstal het meest voorkomende misdrijf was (n = 11, respectievelijk n = 13).

Tabel 6.7 Misdrijven waarvan men aangaf in de voorgaande zes maanden in de buurt slachtoffer te zijn

Misdrijf	Interventiege-meenten T_0 (n = 34)	Interventiege-meenten T_1 (n = 45)	Vergelijkings-gemeenten T_0 (n = 29)	Vergelijkings-gemeenten T_1 (n = 39)
Diefstal fiets	8	11	11	13
Woning- en of winkelinbraak	3	3	4	3
Vernieling woning en/of winkel	3	6	5	6
Winkeldiefstal	4	7	3	6
Bedreiging	3	6	3	5
Intimidatie	1	6	4	1
Vernieling auto	4	5	1	6
Zakkenrollerij	4	2	1	1
Vernieling fiets	2	1	2	3
Diefstal uit auto	0	2	3	2
Vandalisme	2	2	1	0
Mishandeling	1	0	1	1
Poging tot woninginbraak	1	2	0	1
Anders	2	5	2	2

** Meerdere antwoorden mogelijk.*

6.5 Politieregistratiegegevens

In deze paragraaf beschrijven we het beeld dat uit de politiegegevens naar voren komt voor de interventie- en vergelijkingsgemeenten. Bij de politie zijn gegevens opgevraagd over het aantal meldingen en incidenten dat is geregistreerd binnen vooraf geselecteerde maatschappelijke klassen (MK's). Zie voor een overzicht van de MK's die in de analyse zijn meegenomen hoofdstuk 2 van dit rapport.

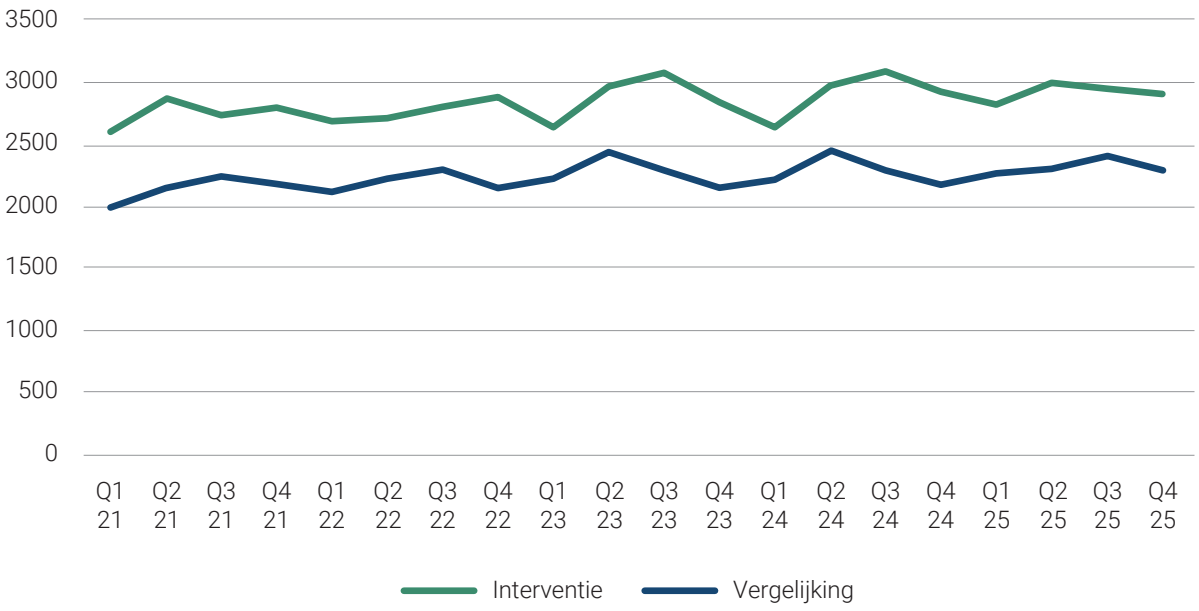
De beschikbaar gestelde politiedata werden pas zeer recent verkregen. Om die reden zijn op dit moment uitsluitend beschrijvende analyses uitgevoerd, met als doel een eerste indruk te krijgen van de ontwikkelingen in de tijd. Daarbij is in eerste instantie gekeken naar het totaal aantal geregistreerde incidenten van de MK's die zijn meegenomen in de analyse (Bijlage 2), waarna is ingezoomd op specifiek drugsgerelateerde incidenten, waaronder bezit in, handel in en het vervaardigen van softdrugs, harddrugs en designerdrugs.

Deze analyses zijn uitgevoerd voor interventie- en vergelijkingsgemeenten, weergegeven in Figuur 6.5 en Figuur 6.7. Daarnaast zijn deze analyses uitgevoerd voor de geregistreerde incidenten in aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten, weergegeven in Figuur 6.6 en Figuur 6.8. Hiermee kunnen ontwikkelingen in de directe omgeving en mogelijke verplaatsingseffecten in kaart worden gebracht.

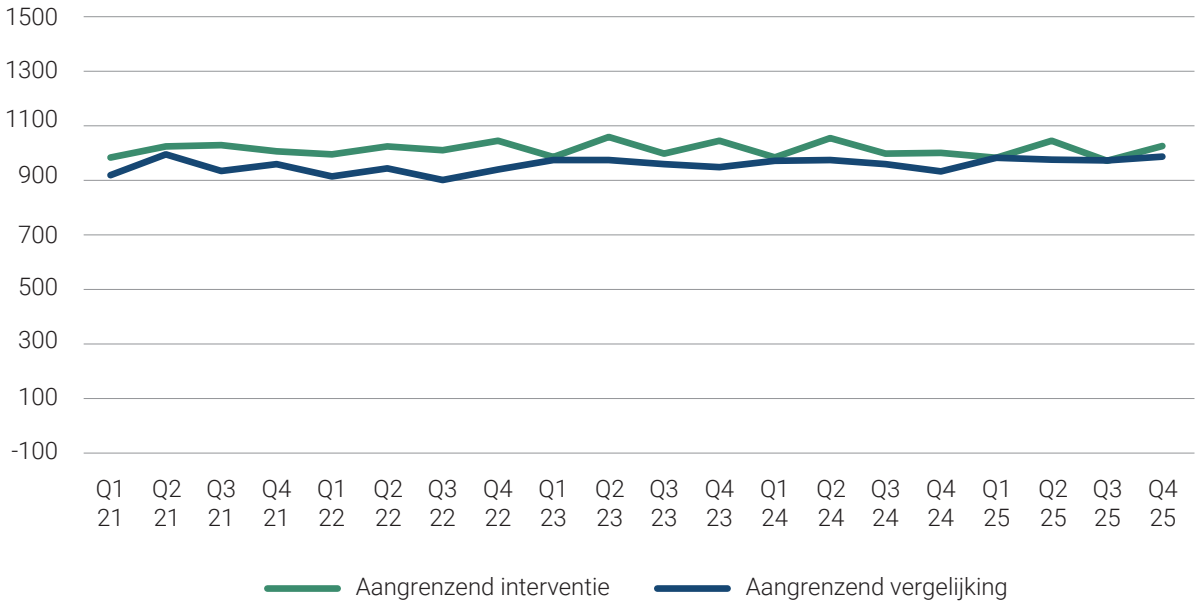
Uit Figuur 6.5 blijkt dat het totaal aantal incidenten van de MK's die in de analyse zijn meegenomen, in de interventie- en vergelijkingsgemeenten tot en met het derde kwartaal van 2025 een vergelijkbaar verloop vertoont. De trends in beide groepen lopen grotendeels parallel en er is geen duidelijke trendbreuk zichtbaar. Wanneer het aantal incidenten in de interventiegemeenten stijgt of daalt, is een vergelijkbare ontwikkeling te zien in de vergelijkingsgemeenten.

Figuur 6.6 laat zien dat de ontwikkeling in het totaal aantal incidenten in de aangrenzende gemeenten van beide groepen ook grotendeels parallel verloopt. Daarbij lijken de kwartaalschommelingen in de aangrenzende gemeenten van interventiegemeenten iets sterker dan in de aangrenzende gemeenten van vergelijkingsgemeenten. Er is echter geen eenduidige aanwijzing voor een structureel uiteenlopende trend.

Figuur 6.5 Totaal aantal incidenten in BVH, interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025

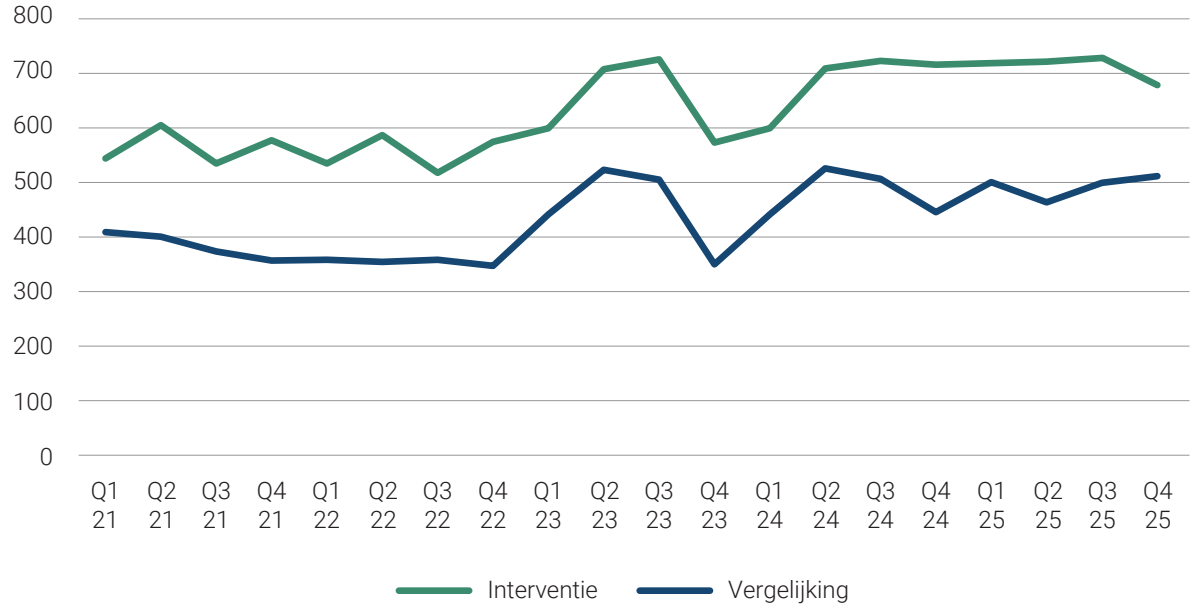


Figuur 6.6 Totaal aantal incidenten in BVH, aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025

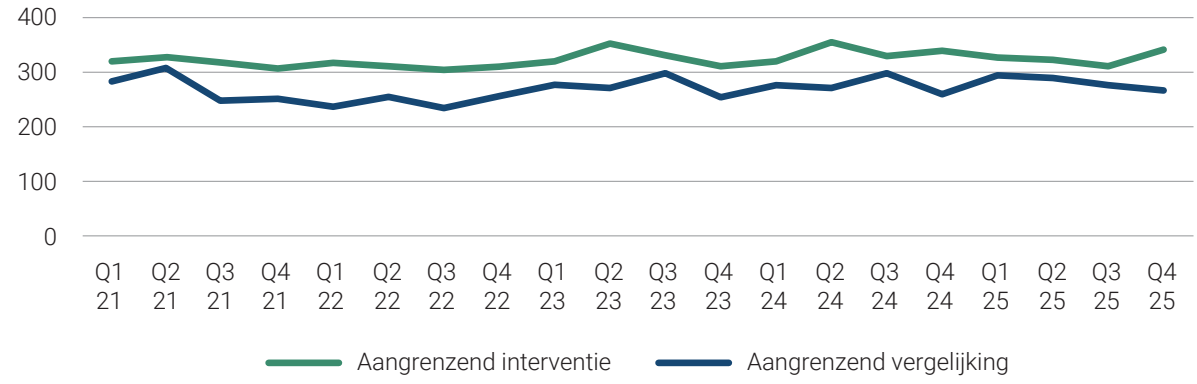


Bij de drugsgerelateerde incidenten (Figuur 6.7) is het beeld grotendeels vergelijkbaar tot en met het derde kwartaal van 2025. Na deze periode lijkt in de interventiegemeenten een daling in te zetten die zich niet op dezelfde wijze voordoet in de vergelijkingsgemeenten. Op basis van de beschikbare gegevens is het echter nog te vroeg om conclusies te trekken over de oorzaken van deze ontwikkeling of om deze eenduidig te relateren aan het experiment. Figuur 6.8 laat het verloop zien van het aantal drugsgerelateerde incidenten in de aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten. Er is geen eenduidige aanwijzing voor een structureel uiteenlopende trend.

Figuur 6.7 Aantal drugsgerelateerde incidenten in BVH, interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025



Figuur 6.8 Aantal drugsgerelateerde incidenten in BVH, aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025



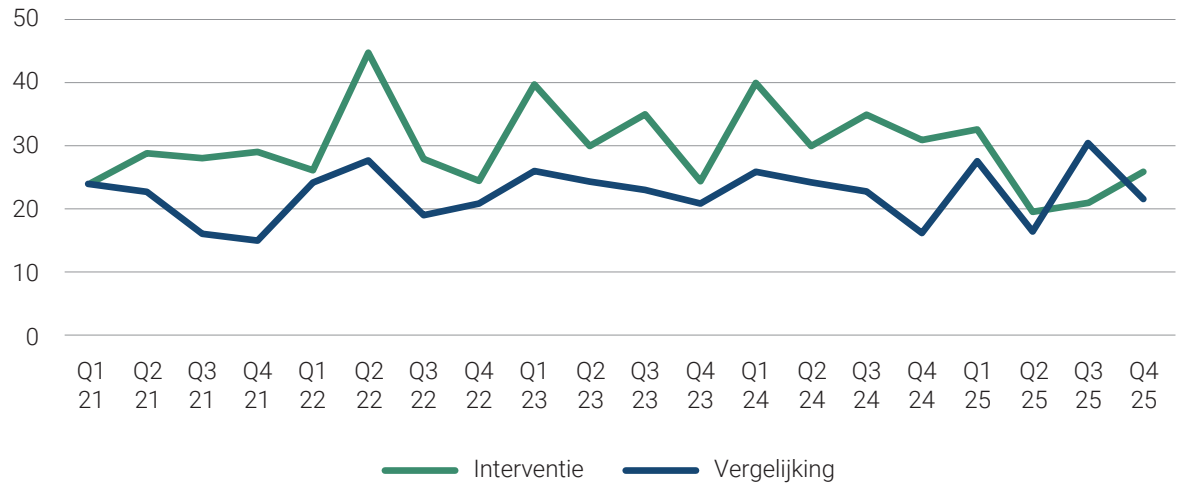
Vervolgens is een nadere analyse uitgevoerd voor specifiek softdrugsgerelateerde incidenten binnen de maatschappelijke klassen die deel uitmaken van de categorie drugsgerelateerde incidenten, te weten bezit, handel en vervaardiging. In deze figuur is ingezoomd op incidenten die zijn geregistreerd onder de MK 'Handel e.d. softdrugs (Lijst II)' voor zowel interventie als vergelijkingsgemeenten (Figuur 6.9).

Uit Figuur 6.9 blijkt dat zich in het derde kwartaal van 2025 een mogelijke trendbreuk voordoet. In de interventiegemeenten was in dat kwartaal sprake van een stijging van het aantal geregistreerde incidenten, terwijl een vergelijkbare stijging in de vergelijkingsgemeenten uitbleef. In het daaropvolgende kwartaal lag het aantal incidenten in de interventiegemeenten echter opnieuw hoger, waardoor het beeld wisselend blijft. Daarbij dient te worden opgemerkt dat het aantal waarnemingen in deze categorie relatief laag was, waardoor de cijfers gevoeliger zijn voor schommelingen en het lastiger is om robuuste trends vast te stellen.

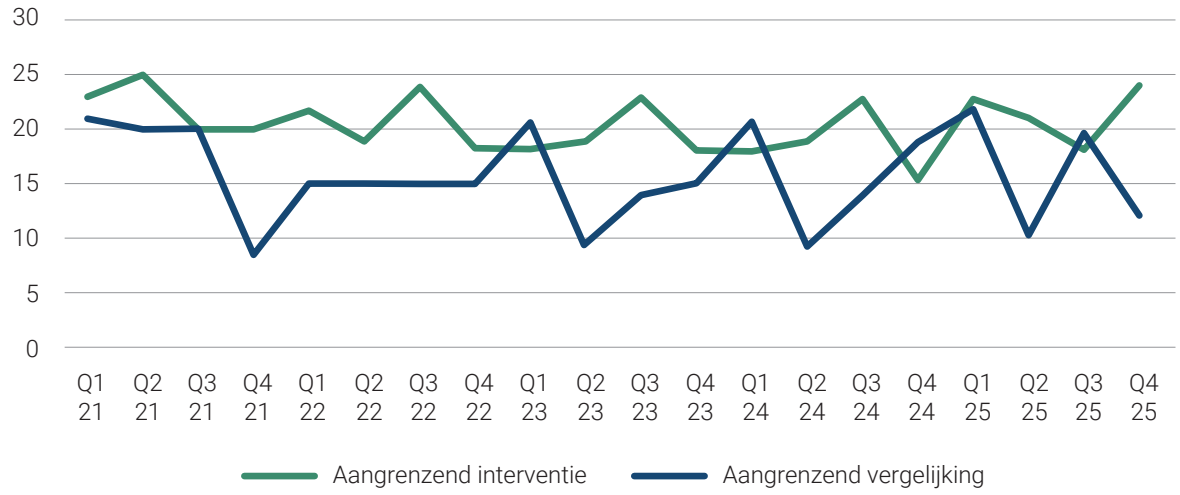
Figuur 6.10 laat zien dat het aantal incidenten in de categorie 'Handel e.d. softdrugs (Lijst II)' in aangrenzende gemeenten over de tijd sterk fluctueert, zonder duidelijke trend. In de gemeenten aangrenzend aan interventiegemeenten lagen de aantallen doorgaans iets hoger en waren ze relatief stabieler dan in de gemeenten aangrenzend aan vergelijkingsgemeenten, waar de schommelingen groter waren.

Op basis van de beperkte observaties kan niet worden vastgesteld of de ontwikkelingen samenhangen met het experiment. Daarvoor is verdere monitoring over een langere periode nodig, evenals aanvullende analyses die rekening houden met bredere contextfactoren.

Figuur 6.9 Aantal incidenten in BVH geregistreerd onder MK 'Handel e.d. softdrugs (Lijst II)', interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025



Figuur 6.10 Aantal incidenten in BVH geregistreerd onder MK 'Handel e.d. softdrugs (Lijst II)', aangrenzende gemeenten van interventie- en vergelijkingsgemeenten, periode 2019-2025



Tot slot is gekeken naar incidenten rond teeltlocaties. In de afgelopen vijf jaar hebben zich vier incidenten voorgedaan binnen de maatschappelijke klassen die in deze analyse zijn meegenomen.

De geregistreerde incidenten vallen alle vier binnen de categorie 'Diefstal/inbraak bedrijf'. Incidenten die betrekking hebben op andere categorieën, zoals geuroverlast, zijn buiten beschouwing gelaten.

7 Illegale markt

Kernpunten van dit hoofdstuk

- **De illegale markt blijft in belangrijke mate prijsgedreven.**
  Een lagere prijs en een gunstige prijskwaliteitverhouding worden het vaakst genoemd als reden om cannabis buiten de coffeeshop te kopen. Tussen nul en vervolgmeting zijn hierin verschuivingen zichtbaar. In interventiegemeenten wordt de prijs minder belangrijk, terwijl in vergelijkingsgemeenten de prijs juist vaker wordt genoemd als motivatie. Maar deze relatieve verschillen zijn niet statistisch significant.
- **Er zijn beperkte aanwijzingen voor veranderingen in aankoopmotieven.**
  Cannabis wordt ook vaak buiten de coffeeshop gekocht, omdat er dan grotere hoeveelheden kunnen worden aangeschaft. In interventiegemeenten geven respondenten vaker aan dat illegale cannabis als sterker wordt ervaren dan coffeeshopcannabis. Deze ontwikkeling wijkt echter niet significant af van die in vergelijkingsgemeenten en moet daarom voorzichtig worden geïnterpreteerd.
- **De structuur van de illegale markt verandert vooralsnog weinig.**
  Aankopen via vrienden nemen in zowel interventie als vergelijkingsgemeenten af; andere aankoopkanalen blijven min of meer stabiel.Bestellen en bezorging via smartphones en messenger-apps (06-dealers) vormt inmiddels in beide groepen de belangrijkste aankoopbron.
- **De tevredenheid over illegaal gekochte cannabis blijft hoog.**
  Respondenten oordelen overwegend positief over de effecten, prijskwaliteitverhouding en geur/smaak van niet-gedoogde cannabis. Tussen nul en vervolgmeting zijn hierin slechts beperkte veranderingen zichtbaar, zonder duidelijke verschillen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.
- **Bij de aankoophoeveelheid van hasj is een verschil zichtbaar tussen groepen.**
  In interventiegemeenten stijgt de gemiddelde hoeveelheid hasj per illegale transactie, terwijl deze in vergelijkingsgemeenten daalt. Dit is het enige effect dat statistisch significant is en kan samenhangen met de introductiefase van het gereguleerde hasjaanbod.
- **Prijsontwikkelingen op de illegale markt laten geen eenduidig experimenteffect zien.**
  De gemiddelde prijs van wiet daalt licht in beide groepen. De gemiddelde prijs van hasj blijft stabiel in interventiegemeenten en stijgt in vergelijkingsgemeenten, maar deze verschillen zijn niet statistisch significant.

In dit hoofdstuk wordt een beeld geschetst van de situatie en ontwikkelingen op de illegale markt. Hiervoor verzamelen wij gedurende de looptijd van dit onderzoek gegevens over cannabisaankopen buiten de coffeeshop met behulp van een online-enquête. Voor de nulmeting (T_0) is de periode 1 september 2022 tot en met 14 december 2023 – de ingangsdatum van de aanloopfase in Tilburg en Breda – gehanteerd. De eerste vervolgmeting (T_1) heeft betrekking op de periode van de officiële start van de experimenteerfase op 7 april 2025 tot en met 31 december 2025.

Waar mogelijk, is een difference-in-differences-analyse uitgevoerd om te testen in hoeverre de ontwikkelingen op de illegale markt in de interventiegroep afwijken van die in de controlegroep. Achtereenvolgens wordt gekeken naar de redenen voor aankoop buiten de coffeeshop (paragraaf 7.1), illegale bronnen voor cannabisaankoop (paragraaf 7.2), kenmerken en tevredenheid (paragraaf 7.3), aankoophoeveelheid (paragraaf 7.4) en prijs (paragraaf 7.5).

7.1 Redenen voor aankopen van cannabis buiten de coffeeshop

In de enquête werd gevraagd naar de motivaties van de respondenten om cannabis niet in een coffeeshop te kopen. De resultaten in Tabel 7.1 leveren geen bewijs dat het Experiment gesloten coffeeshopketen een statistisch significant effect had op de redenen om buiten coffeeshops te kopen onder de deelnemers aan de enquête. Er hebben zich niettemin veranderingen voorgedaan in de aankoopmotivaties tussen deze groepen.

Zoals blijkt uit Figuur 7.1 en Figuur 7.2, was de meest genoemde reden voor aankoop in zowel de interventie- als vergelijkingsgemeenten (respectievelijk 56% en 70% van de respondenten) de lagere prijs buiten de coffeeshop. Deze aankopen stegen met 4 procentpunten in de vergelijkingsgemeenten, terwijl ze met 9 procentpunten daalden in de interventiegemeenten – een relatieve verandering van -20,3%. Dit verschil zou erop kunnen duiden dat het experiment ertoe heeft geleid dat een lagere prijs op de illegale markt relatief een minder belangrijke motivatie is geworden om buiten de coffeeshop cannabis te kopen in interventiegemeenten dan in vergelijkingsgemeenten. Dit verschil is echter niet statistisch significant (zie tabel 7.1: SE = 0,12, p = 0,1).

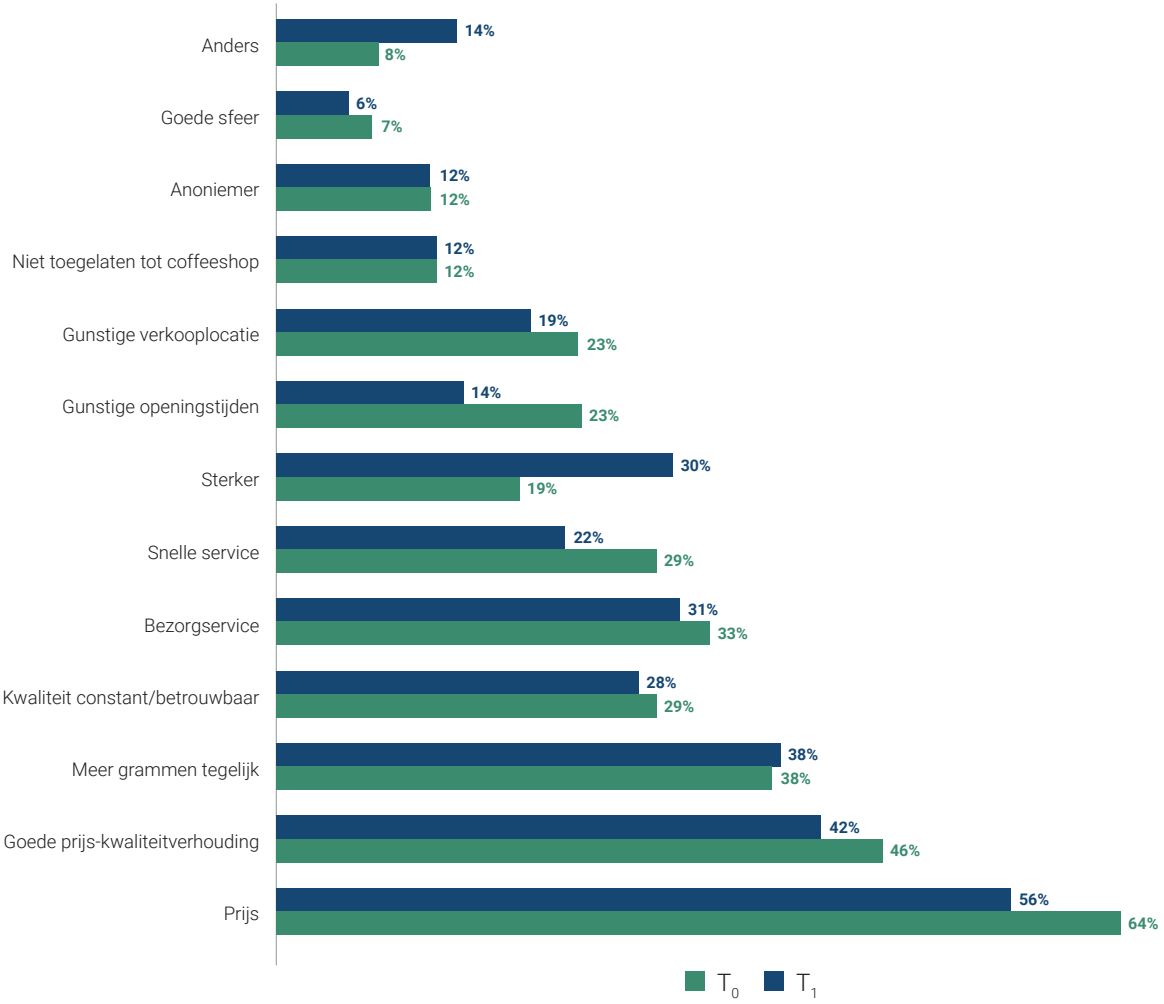
Een betere prijs-kwaliteitverhouding van de cannabis was ook nog steeds een belangrijke factor voor ongeveer de helft van de waarnemingen (42% in interventie- en 49% in vergelijkingsgemeenten), niettemin is het aandeel transacties om deze reden in beide groepen licht gedaald (respectievelijk 2 en 4 procentpunten). Hier lijkt het experiment dus geen effect op te hebben gehad.

Hoewel respondenten als motivatie voor hun aankopen in de illegale markt gaven dat zij deze hasj of wiet sterker achtten dan in de coffeeshop, is het opvallend dat het aandeel transacties in deze markt in interventiegemeenten met 12 procentpunten is gestegen (van 18% naar 30%), terwijl dit in vergelijkingsgemeenten min of meer constant is gebleven (ongeveer 21%). Dit relatieve verschil van -24% is niet statistisch significant (SE = 0,27, p = 0,38), toch zou het experiment hierin een rol kunnen spelen. Ondanks dat het erop lijkt dat er nog diverse producten met relatief hoge THC-gehalten beschikbaar waren in de experimentele coffeeshops (zie hoofdstuk 4 - Aanbod van de coffeeshops), hadden deze respondenten de indruk dat de cannabis op de illegale markt sterker was.

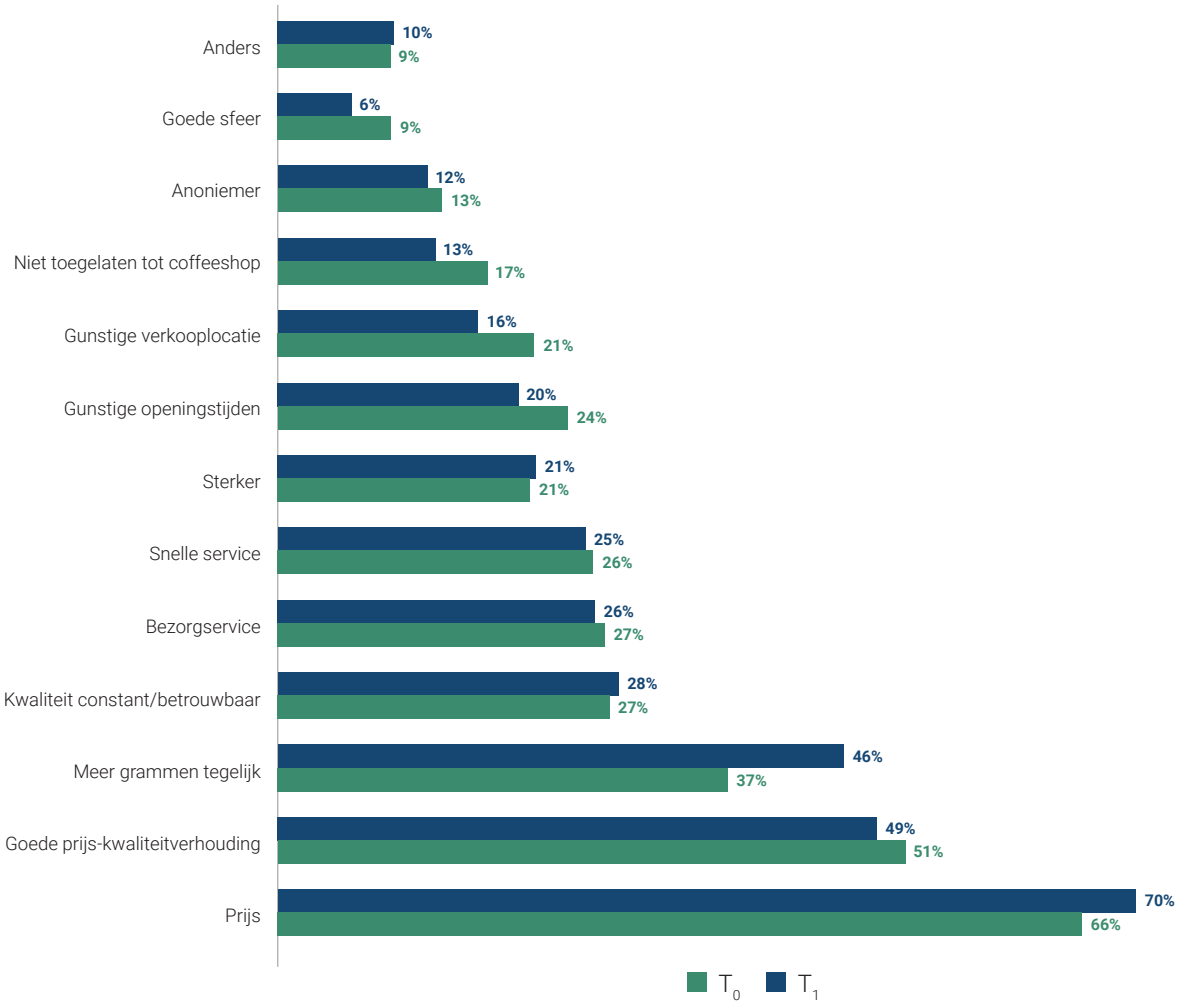
De mogelijkheid om grotere hoeveelheden per transactie te kopen was ook een veel voorkomende reden om cannabis buiten een coffeeshop te kopen. Het aandeel transacties is om deze reden min of meer gelijk gebleven

in interventiegemeenten (ongeveer 38%), terwijl dit met 9 procentpunten is gestegen in vergelijkingsgemeenten (van 37% naar 46%) sinds de start van het experiment. Andere redenen die een rol speelden in de beslissing om buiten coffeeshops te kopen, hadden betrekking op de dienstverlening. Bezorging en snelle service waren bijvoorbeeld nog steeds belangrijke redenen in zowel de interventiegemeenten (respectievelijk 31% en 22%) als de vergelijkingsgemeenten (respectievelijk 26% en 25%) tijdens de eerste vervolgmeting. In interventiegemeenten is het aandeel respondenten dat snelle service als belangrijke reden gaf met 7 procentpunten gedaald ten opzichte van de nulmeting T_0. Dit relatieve verschil van -22% (SE = 0,39, p = 0,58) is echter niet statistisch significant.

Figuur 7.1 Redenen voor aankoop buiten de coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 (n = 472) en T_1 (n = 195)



Figuur 7.2 Redenen voor aankoop buiten de coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 (*n* = 291) en T_1 (*n* = 147)



Tabel 7.1 Difference-in-differences-analyse van redenen voor aankoop buiten coffeeshops in de afgelopen 30 dagen, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T_1 ten opzichte van nulmeting T_0

Reden voor aankoop buiten de coffeeshop	DiD	SE	*p*	95%-betrouwbaarheids-interval	
Prijs van hasj of wiet	-20%	12%	0,10	-44,0%	3,4%
De hasj of wiet heeft een goede prijs-kwaliteitverhouding	-5%	21%	0,80	-43,7%	38,9%
Kan ik meer grammen tegelijk kopen	-24%	27%	0,38	-76,0%	27,1%

Reden voor aankoop buiten de coffeeshop	DiD	SE	*p*	95%-betrouwbaarheids-interval	
Kwaliteit hasj of wiet is constant en/of betrouwbaar	-7%	39%	0,85	-80,5%	70,7%
Bezorgservice	-4%	34%	0,91	-69,0%	63,9%
Snelle service	-22%	39%	0,58	-99,1%	55,3%
Hasj of wiet is sterker dan in coffeeshop	60%	62%	0,34	-60,1%	185,7%
Gunstige openingstijden	-21%	51%	0,68	-120,4%	77,0%
De verkooplocatie is gunstig	4%	52%	0,93	-94,1%	107,2%
Omdat ik niet word toegelaten tot de coffeeshop	35%	100%	0,73	-161,7%	230,2%
Anoniemer	9%	104%	0,93	-193,2%	208,0%
Goede sfeer	19%	172%	0,91	-313,4%	364,3%
Anders	74%	160%	0,65	-242,5%	386,8%

7.2 Aankoopbronnen

Figuur 7.3 en Figuur 7.4 tonen de resultaten over de vraag naar de bron van de respondent voor de laatste cannabisaankoop buiten een coffeeshop.

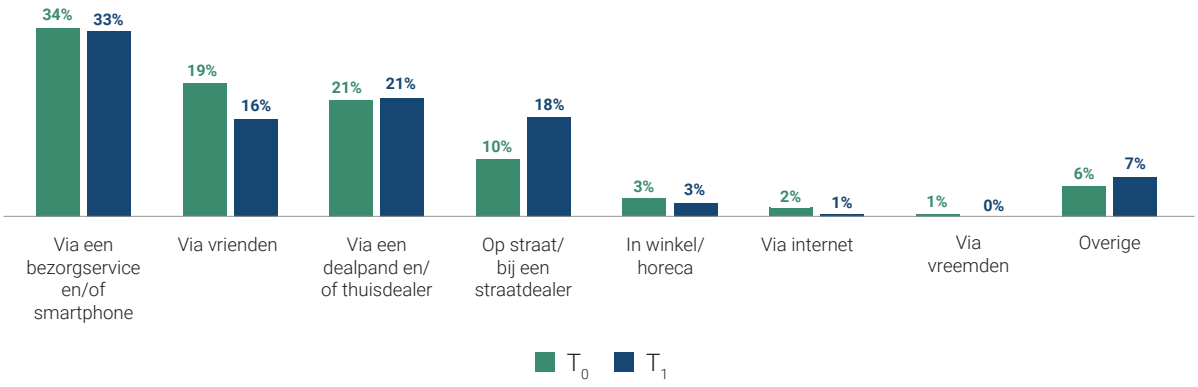
De belangrijkste bron van aankoop buiten een coffeeshop wordt op T_1 gevormd door dealers die bereikbaar waren via een smartphone-app, een mobiel nummer of andere bezorgdiensten. Dit is het geval in zowel de interventie- als vergelijkingsgemeenten (33% respectievelijk 25%). Opvallend is dat dit aandeel in beide groepen redelijk constant is gebleven.

Het verkrijgen van cannabis 'van vrienden' was bij de nulmeting T_0 de meest voorkomende aankoopbron in beide groepen, maar dit aandeel is in zowel interventiegemeenten (met 7 procentpunten van 24% naar 17%) als vergelijkingsgemeenten (met 7 procentpunten van 31% naar 24%) gedaald. Aankopen bij een dealer thuis of in een dealpand werden gemeld in ongeveer een op de vijf waarnemingen in de interventiegemeenten (21%) en de vergelijkingsgemeenten (22%). Er deden zich hier weinig verschuivingen voor ten opzichte van de nulmeting T_0.

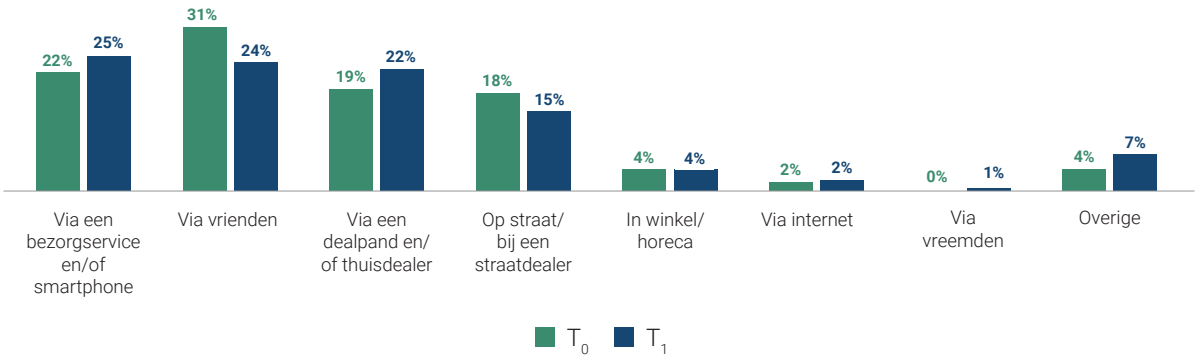
Uit DiD-analyse blijkt dat geen van de relatieve verschillen in de aankoopbron buiten de coffeeshop bij de eerste vervolgmeting T_1 tussen de interventiegemeenten en de vergelijkingsgemeenten ten opzichte van de nulmeting T_0 statistisch significant zijn. De grootste relatieve verandering wordt waargenomen bij aankopen op straat of bij een straatdealer (relatieve verandering = 104%, SE

= 117%, p = 0,37). Het aandeel straataankopen daalde licht in de vergelijkingsgemeenten (van 18% naar 15%), maar steeg in interventiegemeenten met 8 procentpunten (van 10% naar 18%).

Figuur 7.3 Aankoopbronnen buiten de coffeeshop in de interventiegemeenten op T_0 (n = 472) en T_1 (n = 195)



Figuur 7.4 Aankoopbronnen buiten de coffeeshop in de vergelijkingsgemeenten op T_0 (n = 291) en T_1 (n = 147)



Tabel 7.2 Difference-in-differences-analyse van aankoopbronnen buiten coffeeshops in de afgelopen 30 dagen, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T_1 ten opzichte van nulmeting T_0

Reden voor aankoop buiten de coffeeshop	DiD	SE	*p*	95%-betrouwbaarheidsinterval	
Via een bezorgservice en/of smartphone	-10%	33%	0,75	-76%	55%
Via vrienden	2%	49%	0,97	-94%	98%
Via een dealpand en/of thuisdealer	-14%	57%	0,80	-125%	97%
Op straat en/of hangplekken bij een straatdealer	104%	117%	0,37	-125%	333%

Reden voor aankoop buiten de coffeeshop	DiD	SE	*p*	95%-betrouwbaarheidsinterval	
In een winkel/horecagelegenheid	-23%	383%	0,95	-774%	728%
Via internet	-90%	688%	0,90	-1439%	1259%
Via vreemden die ik benader om cannabis voor mij te kopen					
Overig	-18%	232%	0,94	-474%	437%

7.3 Kenmerken en tevredenheid

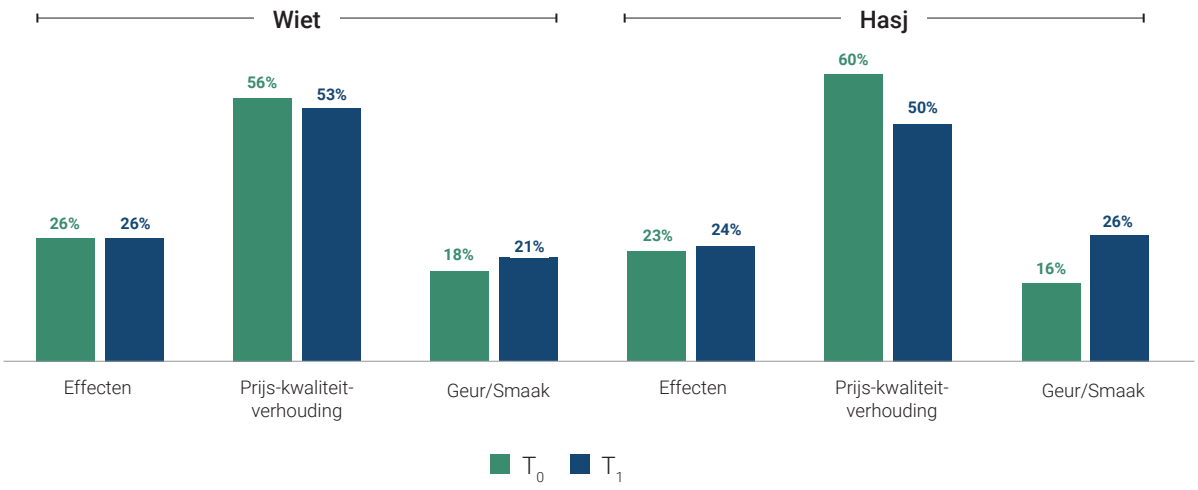
De keuze van de producten op de illegale markt lijkt vooral te worden bepaald door de perceptie van de prijs-kwaliteitverhouding. Dat geldt voor waarnemingen in de eerste vervolgmeting T_1 in interventiegemeenten voor zowel wiet als hasj (53% en 50%), zoals af te lezen uit Figuur 7.5. In interventiegemeenten worden andere factoren, zoals de verwachte effecten of andere kenmerken van de producten (smaak en geur), slechts door 26%, respectievelijk 21% van de respondenten als belangrijk voor wietaankopen beschouwd; bij hasjaankopen liggen die percentages op 24%, respectievelijk 26%. Dit komt overeen met de bovengenoemde resultaten voor de reden van aankoop buiten de coffeeshop, waarbij prijs en de prijs-kwaliteitverhouding een belangrijke rol spelen.

Sinds de invoering van het experiment is het gepercipieerde effect (of sterkte) van de cannabis op de illegale markt voor zowel wiet (van 31% naar 19%) als hasj (van 28% naar 18%) minder belangrijk geworden voor respondenten in de vergelijkingsgemeenten (zie Figuur 7.6). In interventiegemeenten is dit min of meer gelijk gebleven (respectievelijk 26% voor wiet en 23-24% voor wiet). Respondenten in interventiegemeenten vonden de effecten van de producten op de illegale markt relatief belangrijker dan die in vergelijkingsgemeenten ten opzichte van de nulmeting. Dit relatieve verschil van 43% (SE = 51%, p = 0,40) is mogelijk een gevolg van het experiment, maar het is niet statistisch significant.

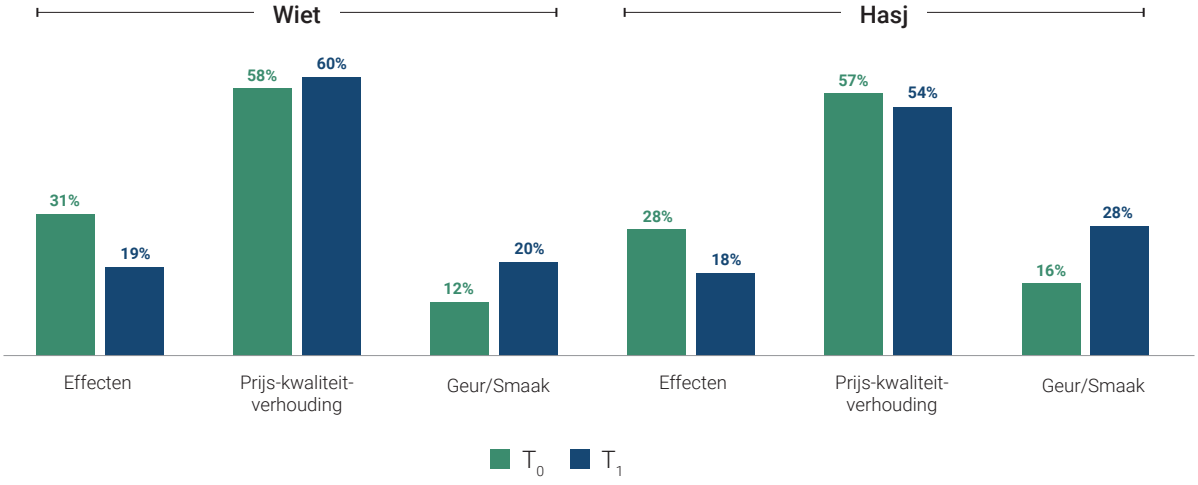
Voor de geur en smaak van cannabis geldt het omgekeerde. Dit kenmerk is belangrijker geworden in vergelijkingsgemeenten voor wiet (van 12% naar 20%), terwijl het in interventiegemeenten slechts iets belangrijker is geworden (van 18% naar 21%). Voor hasj daarentegen waren de geur en smaak in zowel vergelijkingsgemeenten (van 16% naar 28%) als interventiegemeenten (van 16% naar 26%) belangrijker voor de aankopen op de illegale markt. Men zou verwachten dat het experiment hierbij mogelijk van een rol speelde vanwege de gepercipieerde kwaliteit van binnen het experiment geteelde hasj. Maar hier is op basis van de enquêteresultaten vooralsnog geen bewijs voor. Sterker, de verandering was in vergelijkingsgemeenten zelfs groter dan in interventiegemeenten. Geen van de relatieve effecten in de DiD-analyse zijn statistisch significant (zie Tabel 7.3). Hierbij moet men rekening houden met het feit dat er tot 1 september 2025 binnen het experiment niet gehandhaafd werd op hasj, terwijl de dataverzameling al vanaf 7 april liep.

Deze resultaten zouden erop kunnen duiden dat verkopers op de illegale markt niet zozeer op prijs de concurrentie aangaan met de interventiecoffeeshops, maar juist op (gepercipieerde) sterkte en kwaliteit (effecten en geur/smaak). Echter geen van de hier gemeten relatieve verschillen zijn statistisch significant.

Figuur 7.5 Gepercipieerd belang van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in interventiegemeenten op T_0 (wiet: *n* = 363; hasj: *n* = 195) en T_1 (wiet: *n* = 148; hasj: *n* = 96)



Figuur 7.6 Gepercipieerd belang van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in de vergelijkingsgemeenten op T_0 (wiet: *n* = 217; hasj: *n* = 116) en T_1 (wiet: *n* = 113; hasj: *n* = 61)



Tabel 7.3 Difference-in-differences-analyse van het gepercipieerde belang van cannabisgerelateerde kenmerken bij productkeuze per transactie op de illegale markt, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T_1 ten opzichte van de nulmeting T_0

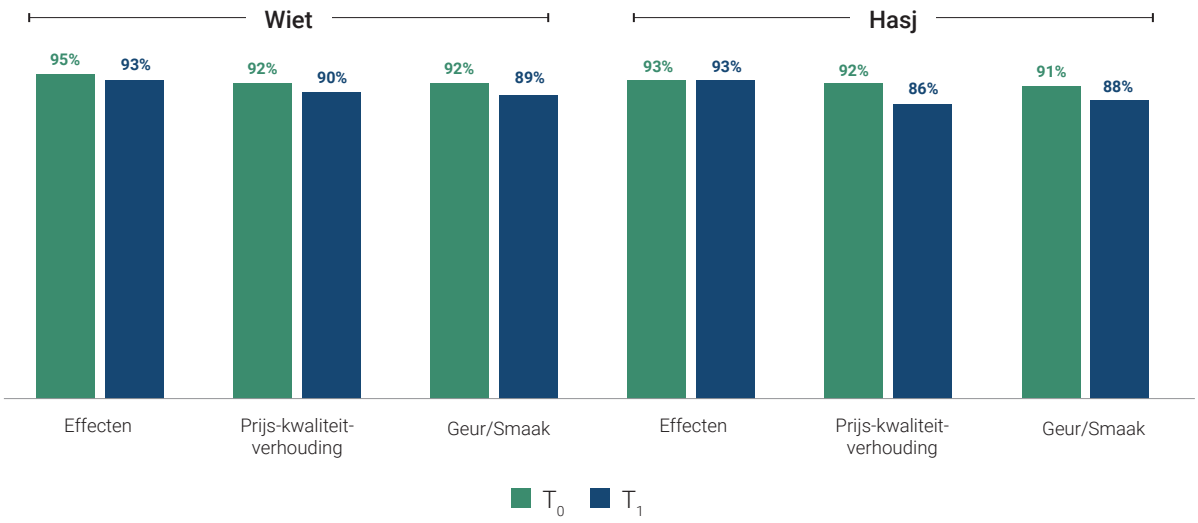
Tevredenheid	DiD	SE	*p*	95%-Betrouwbaarheids-interval	
Wiet					
Effecten	43%	51%	0,40	-57%	143%
Prijs-kwaliteitverhouding	-9%	18%	0,62	-44%	26%
Geur/smaak	-33%	74%	0,65	-179%	112%
Hasj					
Effecten	44%	77%	0,56	-106%	195%
Prijs-kwaliteitverhouding	-12%	23%	0,58	-57%	32%
Geur/smaak	-17%	107%	0,87	-227%	193%

Om de gebruikerservaring van respondenten te peilen over de wiet en hasj die ze buiten een coffeeshop kochten, werden in onze enquête drie vragen per cannabissoort gesteld: "Wat betreft de wiet en/of hasj die je hebt gekocht: wat vind je van de effecten? Wat vind je van de prijs-kwaliteitverhouding? Wat vind je van de geur en/of smaak?". Op elke vraag konden respondenten antwoorden op een vijfpunts Likertschaal variërend van 'zeer goed' tot 'zeer slecht'. Zij konden ook 'weet ik niet/nog niet gebruikt' antwoorden. Figuur 7.7 en Figuur 7.8 laten het aandeel respondenten zien dat op deze vraag 'zeer goed' of 'goed' heeft geantwoord.

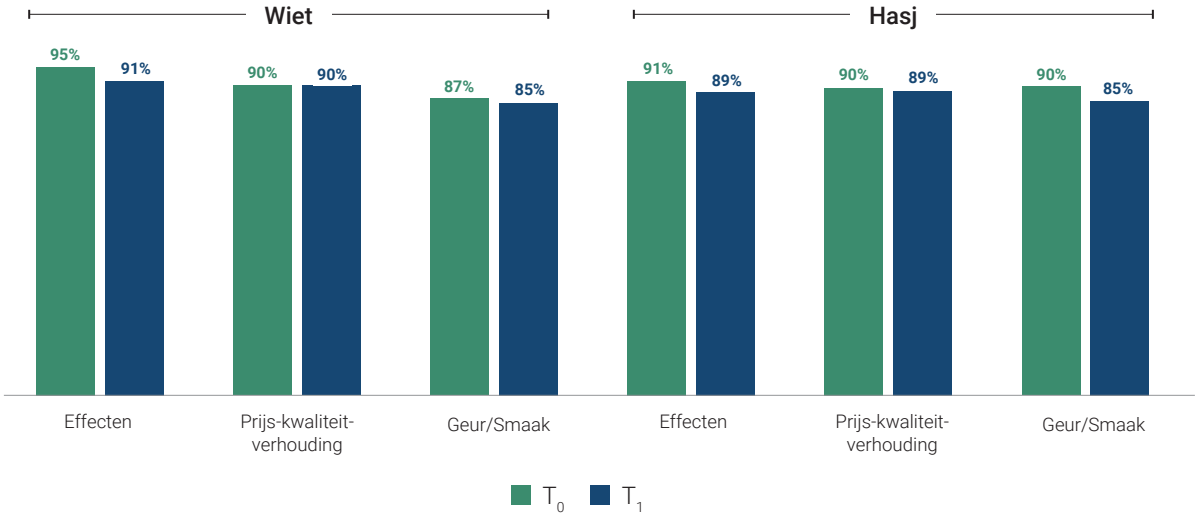
We stellen vast dat de respondenten nog steeds zeer positief zijn over de op de illegale markt gekochte wiet en hasj. In alle categorieën – effecten, prijs-kwaliteitverhouding en geur en/of smaak – is voor zowel wiet als hasj de meest voorkomende mening 'zeer goed' en de op één na meest voorkomende mening 'goed'. Dit geldt voor waarnemingen in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten. Negatieve meningen over de gekochte wiet en hasj zijn zeldzaam.

Er zijn bovendien weinig verschillen tussen de nulmeting en de eerste vervolgmeting. De positieve beoordeling van de effecten van zowel wiet als hasj buiten de coffeeshop daalde licht in zowel vergelijkingsgemeenten als interventiegemeente. Deze daling was relatief groter in vergelijkingsgemeenten, maar dit relatieve verschil is niet statistisch significant. In interventiegemeenten was er sprake van een daling van de positieve beoordeling van de prijs-kwaliteitsverhouding, terwijl deze min of meer constant bleef in vergelijkingsgemeenten. Dit is consistent met de waarneming dat de prijs relatief een minder belangrijke motivatie is om buiten de coffeeshop cannabis te kopen in interventiegemeenten. Deze daling is echter licht en niet statistisch significant.

Figuur 7.7 Tevredenheid van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in de interventiegemeenten op T_0 (wiet: *n* = 217; hasj: *n* = 116) en T_1 (wiet: *n* = 113; hasj: *n* = 61)



Figuur 7.8 Tevredenheid van cannabisgerelateerde kenmerken per productkeuze in de vergelijkingsgemeenten op T_0 (wiet: *n* = 217; hasj: *n* = 116) en T_1 (wiet: *n* = 113; hasj: *n* = 61)



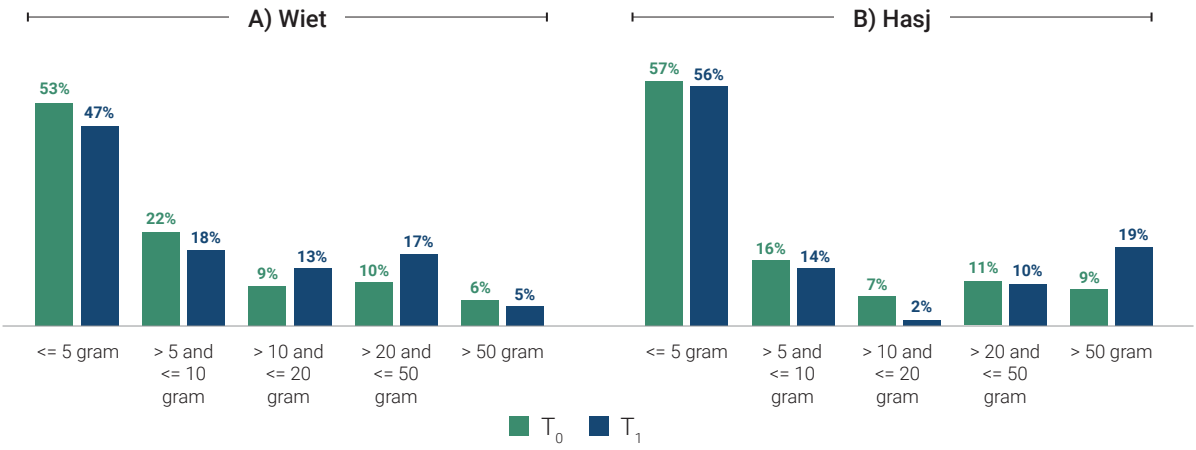
Tabel 7.4 Difference-in-differences-analyse van tevredenheid over cannabisgerelateerde kenmerken bij productkeuze per laatste transactie op de illegale markt in de afgelopen 30 dagen, interventie- versus controlegemeenten bij de eerste vervolgmeting T_1 ten opzichte van de nulmeting T_0

	DiD	SE	*p*	95%-Betrouwbaarheids-interval	
Wiet					
Effecten	2%	4%	0,586	-6%	10%
Prijs-kwaliteitverhouding	-3%	5%	0,615	-13%	7%
Geur/smaak	-1%	6%	0,872	-12%	11%
Hasj					
Effecten	3%	7%	0,654	-10%	16%
Prijs-kwaliteitverhouding	-5%	7%	0,535	-19%	10%
Geur/smaak	1%	8%	0,93	-15%	16%

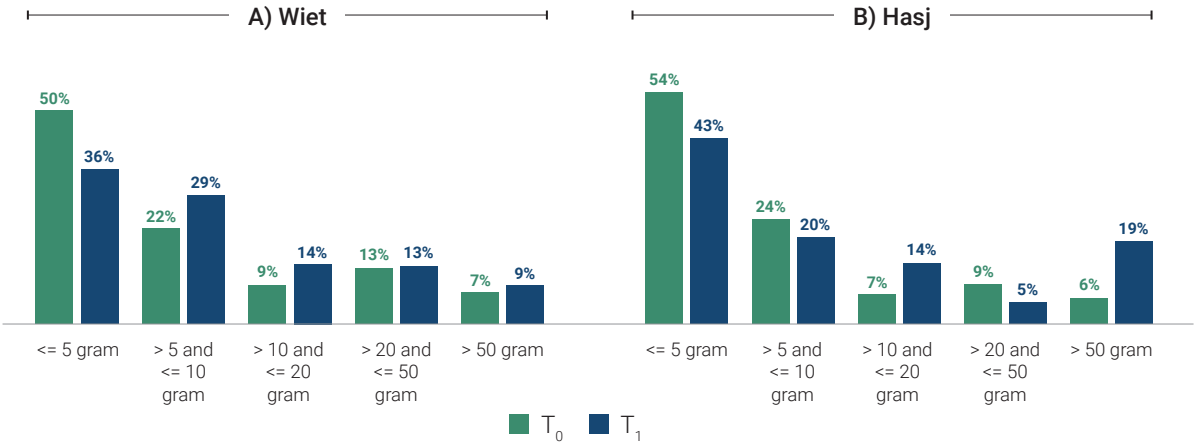
7.4 Aankoophoeveelheid

In de enquête werd ook gevraagd naar de hoeveelheid cannabis die bij de laatste aankoop was gekocht, per algemeen type product (wiet en hasj). Respondenten konden het aantal gram aangeven met een rond getal tussen 0 en 100. Een belangrijk verschil met verkoop van cannabis in coffeeshops is dat daar slechts hoeveelheden van maximaal 5 gram mogelijk zijn. Voor grotere hoeveelheden kan men alleen terecht op de illegale markt. Figuur 7.9 en Figuur 7.10 laten de verdeling zien van de aankopen in onderzoeksgemeenten naar gewichtscategorieën. Het gemiddelde aankoopgewicht voor wiet was 20,4 gram (SD = 22,2) in de interventiegemeenten en 16,9 gram (SD = 27,7) in de vergelijkingsgemeenten en voor hasj respectievelijk 25,8 gram (SD = 35,8) en 25,3 gram (SD = 36,5). Zoals ook het geval was tijdens de nulmeting, had het overgrote deel van de aankopen bij de vervolgmeting een gewicht van 20 gram of minder: 79% in interventiegemeenten en 78% in vergelijkingsgemeenten voor hasj en respectievelijk 77% en 71% voor wiet.

Figuur 7.9 Verdeling van de waarnemingen naar gewichtscategorie in de interventiegemeenten op T_0 (wiet: *n* = 209; hasj: *n* = 110) en T_1 (wiet: *n* = 106; hasj: *n* = 59)



Figuur 7.10 Verdeling van de waarnemingen naar gewichtscategorie in de vergelijkingsgemeenten op T_0 (wiet: *n* = 351; hasj: *n* = 183) en T_1 (wiet: *n* = 140; hasj: *n* = 86)



Voor de vergelijking van de ontwikkelingen in de interventie- en vergelijkingsgemeenten ten opzichte van de nulmeting hebben we ons beperkt tot aankopen tot 20 gram. Ten eerste omdat de gemiddelden te veel beïnvloed worden door enkele grote aankopen. Ten tweede omdat wij aannemen dat aankopen van meer dan 20 gram in mindere mate voor eigen gebruik zijn en ook worden verdeeld onder vrienden en/of worden doorverkocht. Daarmee zijn deze aankopen minder vergelijkbaar met de aankopen tot 5 gram in coffeeshops.

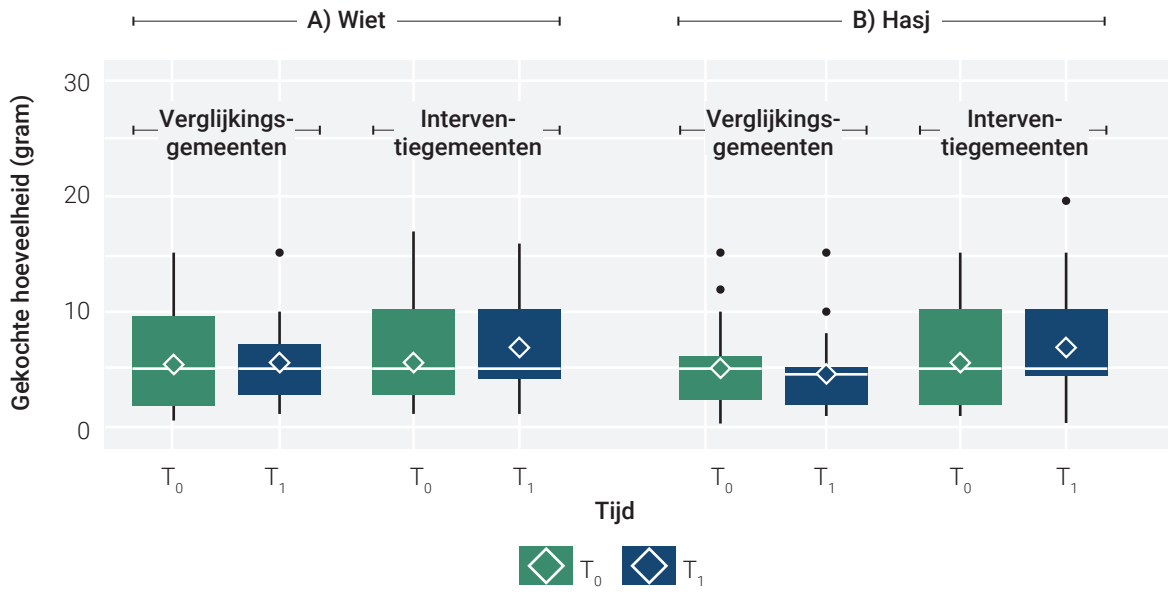
In de interventiegemeenten werden zowel wiet als hasj in ongeveer dezelfde hoeveelheden gekocht: gemiddeld tussen de 5 en 7 gram (zie Tabel 7.5). In beide groepen is de gemiddelde gekochte hoeveelheid wiet gestegen: van 5,4 gram op T_0 naar 6,8 gram op T_1 in interventiegemeenten en van 5,4 gram naar 5,8 gram in vergelijkingsgemeenten. De stijging is hoger in interventiegemeenten (DiD = 0,71, SE = 0,68, *p* = 0,29), maar dit verschil is niet statistisch significant (zie Figuur 7.11).

Voor hasj geldt hetzelfde in interventiegemeenten. Daar steeg de gemiddelde aankoophoeveelheid van 5,5 gram naar 6,9 gram. Maar in de vergelijkingsgemeenten daalde de aangekochte hoeveelheid juist, van 5,1 gram naar 4,6 gram. Dit relatieve verschil is statistisch significant (DiD = 1,81, SE = 0,87, p = 0,03). Het experiment zou hier dus een rol bij kunnen spelen. Doordat de gebruikerservaring van hasj gedurende de eerste maanden van het experiment nog niet optimaal was, zouden consumenten hebben kunnen besluiten grotere hoeveelheden op de illegale markt te kopen.

Tabel 7.5 Gemiddeld gekochte hoeveelheid gekochte wiet en hasj (onder 20 gram) in gram bij de laatste cannabisaankoop in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1

	T_0		T_1	
	n	**Gemiddelde (SD)**	***n***	**Gemiddelde (SD)**
Interventie				
Wiet	262	5,76 (3.,46)	99	6,81 (3,91)
Hasj	151	5,46 (3,51)	63	6,86 (4,34)
Vergelijking				
Wiet	163	5,42 (3,70)	74	5,75 (3,61)
Hasj	85	5,09 (3,42)	43	4,63 (3,24)

Figuur 7.11 Difference-in-differences-analyse van aangekochte hoeveelheid in grammen bij laatste wiet- (A) en hasj-aankoop (B) (onder 20 gram) in onderzoekgemeenten. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



7.5 Prijs van cannabis buiten de coffeeshop

Uit paragraaf 7.1 blijkt dat een lagere prijs nog steeds een belangrijke reden is om cannabis op de illegale markt te kopen. In de vragenlijst werd de respondenten gevraagd aan te geven hoeveel ze hadden uitgegeven (in euro) bij de laatste aankoop van cannabis (wiet en/of hasj) buiten de coffeeshop.

Respondenten konden elk rond getal tussen € 0,- en € 500,- invoeren. Net als bij de vraag over de gekochte hoeveelheid, werden bedragen van € 0,- vóór de analyse uit de dataset verwijderd. Door de aankoopprijs te delen door de aankoophoeveelheid, kunnen we de betaalde prijs per gram berekenen.

Tabel 7.6 en Tabel 7.7 geven deze resultaten weer voor verschillende gewichtscategorieën. Hieruit blijkt dat de gemiddelde prijs per gram van door respondenten aangekochte wiet of hasj buiten de coffeeshop afhankelijk was van de gekochte hoeveelheid. Ook konden cannabisverkopers volumekorting geven. Uit de resultaten van de voormeting en de nulmeting van Mennes et al. (2023a; 2024) bleek deze correlatie inderdaad te bestaan. We zien dat de gemiddelde prijs per gram daalt wanneer respondenten een hoger gewicht aan wiet en hasj kopen.

Tabel 7.6 Gemiddelde prijs per gram wiet of hasj (in euro) per gewichtscategorie bij de laatste cannabisaankoop in Interventiegemeenten op T_0 en T_1

	Wiet				Hasj			
	T_0		T_1		T_0		T_1	
Prijs per gram (in euro)	*n*	Gemiddeld (SD)*	*n*	Gemiddeld (SD)*	*n*	Gemiddeld (SD)*	*n*	Gemiddeld (SD)*
Tot 5 gram	176	7,55 (2,64)	51	7,25 (2,43)	103	6,59 (2,69)	38	6,78 (3,61)
5 gram of meer, tot 10 gram	77	6,16 (2,67)	41	5,94 (2,26)	44	4,97 (2,11)	17	5,09 (2,51)
10 gram of meer, tot 20 gram	30	5,14 (2,53)	19	5,22 (3,43)	12	4,76 (1,65)	12	5,31 (2,63)
20 gram of meer, tot 50 gram	45	4,99 (2,17)	18	3,86 (1,88)	17	5,42 (3,07)	4	4,98 (3,56)
50 gram of meer	25	3,38 (1,70)	12	3,42 (1,67)	11	2,98 (0,86)	16	2,60 (1,48)

Tabel 7.7 Gemiddelde prijs per gram wiet of hasj (in euro) per gewichtscategorie bij de laatste cannabisaankoop in vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1

	Wiet				Hasj			
	T_0		T_1		T_0		T_1	
Prijs per gram (in euro)	*n*	Gemiddeld (SD)*	*n*	Gemiddeld (SD)*	*n*	Gemiddeld (SD)*	*n*	Gemiddeld (SD)*
Tot 5 gram	111	7,93 (2,44)	51	7,83 (2,57)	63	6,46 (2,84)	34	7,11 (2,71)
5 gram of meer, tot 10 gram	46	6,47 (1,56)	19	5,76 (2,29)	18	5,92 (2,86)	8	6,90 (2,49)
10 gram of meer, tot 20 gram	19	5,36 (3,00)	14	5,02 (1,49)	8	3,72 (2,38)	1	11,33 (-)
20 gram of meer, tot 50 gram	21	4,88 (2,96)	18	5,52 (2,07)	12	4,33 (1,46)	6	4,38 (2,34)
50 gram of meer	13	2,97 (2,70)	5	3,20 (1,35)	10	2,76 (0,92)	11	3,77 (1,13)

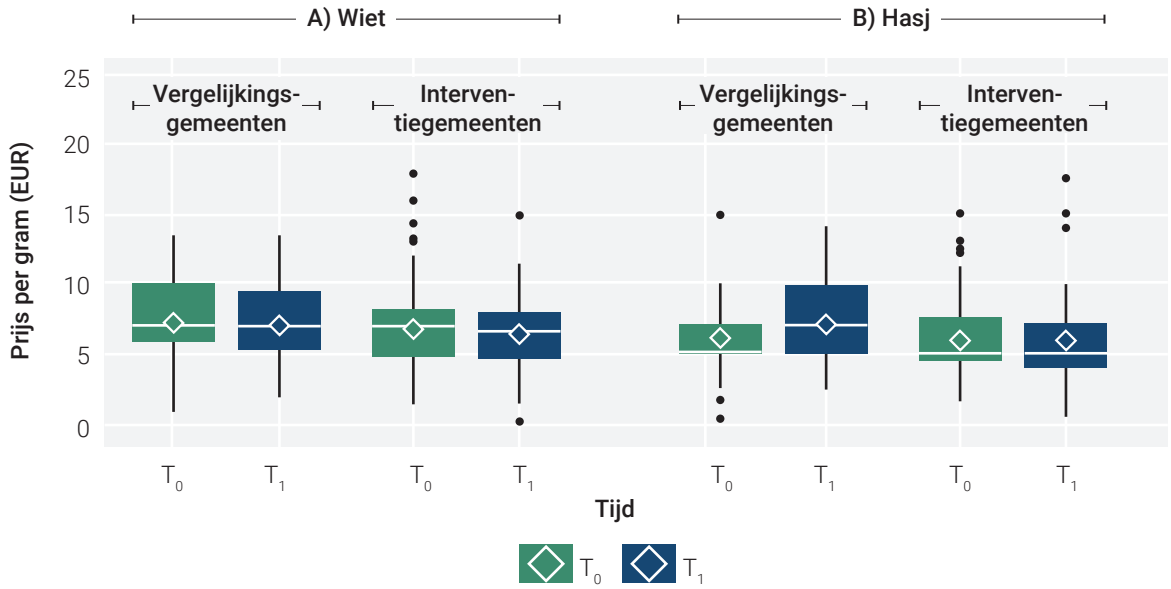
Wanneer we de ontwikkelingen in de twee groepen met elkaar vergelijken, nemen we alleen de gemiddelde prijs van wiet per gram voor waarnemingen van transacties van minder dan 50 gram wiet of hasj, omdat de gramprijzen van grote aankopen cannabis te veel verschillen van die van kleine hoeveelheden. Ook nemen we alleen uitgaven van minder dan € 20,- per gram mee met het oog op eventuele onrealistische uitschieters en ongeldige antwoorden. De resultaten voor de prijs per gram voor wiet en hasj in de onderzoeksgemeenten tijdens de nulmeting T_0 en de eerste vervolgmeting T_1 worden samengevat in Tabel 7.8 en Figuur 7.12.

Wat opvalt aan de resultaten is dat de gemiddelde prijs van zelfgerapporteerde aankopen wiet buiten de coffeeshop in zowel de vergelijkingsgemeenten als in de interventiegemeenten in deze dataset licht is gedaald. Deze daling was in de interventiegemeenten iets groter (DiD = -0,13, SE = 0,47, p = 0,78), maar dit relatieve verschil is niet statistisch significant. De gemiddelde prijs van hasj daarentegen is met meer dan een euro gestegen in de vergelijkingsgemeenten, terwijl deze nagenoeg gelijk is gebleven in interventiegemeenten. Wellicht kan de gemiddeld grotere aankoophoeveelheid per transactie in interventiegemeenten hier een rol spelen. Immers, door de volumekortingen op de illegale markt is dit aantrekkelijker. Echter, ook dit relatieve verschil is niet significant (DiD = -1,18, SE = 0,68, p = 0,08).

Tabel 7.8 Gemiddeld prijs per gram (in euro) van gekochte wiet en hasj (onder 20 gram) bij de laatste cannabisaankoop in de interventie- en vergelijkingsgemeenten op T_0 en T_1

	T_0		T_1	
	n	**Gemiddelde (SD)**	***n***	**Gemiddelde (SD)**
Interventie				
Wiet	345	6,42 (2,83)	138	5,81 (2,74)
Hasj	182	5,75 (2,65)	85	5,36 (3,27)
Vergelijking				
Wiet	208	6,75 (2,80)	103	6,49 (2,63)
Hasj	109	5,60 (2,84)	59	6,25 (2,82)

Figuur 7.12 Difference-in-differences-analyse van gemiddelde prijs per gram van gekochte wiet en hasj bij laatste wiet- (A) en hasj-aankoop (B) (onder 20 gram) in onderzoekgemeenten. Dikke streep = mediaan, ruit = gemiddelde, box = 1e kwartiel – 3e kwartiel, snorharen = 1,5 kwartielafstand, punten = uitschieters



8 Tussentijdse conclusies

In dit hoofdstuk worden de tussentijdse conclusies van de eerste vervolgmeting gepresenteerd. Deze conclusies zijn gebaseerd op de beschikbare kwantitatieve en kwalitatieve gegevens die zijn verzameld sinds de start van de experimenteerfase van het Experiment gesloten coffeeshopketen. Het hoofdstuk heeft een samenvattend en reflecterend karakter, bouwt voort op de bevindingen die in de voorgaande hoofdstukken zijn beschreven en geven antwoord op de onderzoeksvragen zoals geformuleerd in hoofdstuk 1.

Bij de interpretatie van de resultaten is het van belang rekening te houden met de beperkte blootstellingsduur aan het experiment. De experimenteerfase is gestart op 7 april 2025, terwijl het gereguleerde aanbod gefaseerd is ingevoerd; zo is handhaving op hasj binnen de gesloten keten pas per 1 september 2025 van kracht geworden. De dataverzameling van T_1 via de enquêtes onder coffeeshopbezoekers vond plaats van 2 september tot en met 29 november 2025. De gereguleerde cannabismarkt bevindt zich in deze fase nog in een opbouw en stabilisatiefase, waarin ketenprocessen, aanbod, prijsvorming en productvariatie zich nog ontwikkelen. De conclusies in dit hoofdstuk moeten daarom worden beschouwd als een eerste tussentijdse stand van zaken, en niet als uitspraken over structurele of langetermijneffecten.

De tussentijdse conclusies zijn thematisch geordend en gebaseerd op de triangulatie van verschillende onderzoeksmethoden, waaronder interviews, menukaartanalyse en enquêtes onder coffeeshopbezoekers, bewoners en gebruikers van de illegale markt. Hierdoor is het mogelijk om bevindingen uit verschillende perspectieven in samenhang te duiden en expliciet te maken waar effecten zichtbaar zijn, waar deze (nog) uitblijven en waar het zicht beperkt is.

Achtereenvolgens wordt ingegaan op de lokale situatie en uitvoering van het experiment, het aanbod in coffeeshops, de klanten en hun cannabisgebruik, overlast en criminaliteit, de illegale markt en volksgezondheid.
Het hoofdstuk wordt afgesloten met een samenhangende beschouwing waarin de belangrijkste tussentijdse conclusies worden samengevat en geplaatst in het bredere perspectief van de verdere uitvoering en monitoring van het experiment.

8.1 Lokale situatie en ervaringen met de gesloten coffeeshopketen

De eerste vervolgmeting laat zien dat de gesloten coffeeshopketen sinds de start van de experimenteerfase in werking is getreden, maar zich nog duidelijk in een fase van opbouw en stabilisatie bevindt. Van belang is dat uit het onderzoek naar voren komt dat veel problemen

die in de beginfase werden gesignaleerd (onder andere de beperkte beschikbaarheid van hasjproducten en storingen in het track-and-tracesysteem), in de maanden daarna (deels) zijn opgelost. Deze conclusie is gebaseerd op een combinatie van interviews met betrokken partijen, analyses van menukaarten, enquêtes onder coffeeshopbezoekers en bewoners, en de online-enquête over de illegale markt.

Ontwikkeling en werking van de keten

Uit interviews met gemeenten, telers, vervoerders, coffeeshops en toezichthouders komt een grotendeels consistent beeld naar voren van een keten die is ingericht conform de afgesproken regels. Daarbij wordt wel benadrukt dat de dagelijkse uitvoering, met name in de beginfase, door betrokkenen werd ervaren als 'pionieren'.

De verplichte inzet van het track-and-tracesysteem helpt de Inspectie JenV bij het toezicht op de geslotenheid van de keten. De Inspectie heeft aangegeven wel een aantal non-conformiteiten te zijn tegengekomen, maar er zijn geen aanwijzingen dat deze duiden op lekkage in of uit de keten.

De menukaartanalyse ondersteunt dit beeld in zoverre dat coffeeshops in interventiegemeenten producten aanboden die herkenbaar afkomstig waren van de geselecteerde groep telers, hetgeen erop wijst dat het beoogde systeem in belangrijke mate werd gevolgd.

Tegelijkertijd gaven ketenpartners aan dat de uitvoering in de praktijk, zeker in de beginfase, complex was. Er was aanvankelijk bijvoorbeeld sprake van beperkte beschikbaarheid van sommige producten, vooral hasj, en van schommelingen in assortiment en levering. Deze signalen komen zowel terug in interviews als in de menukaartanalyse. Daaruit blijkt dat het aanbod van hasj achterbleef bij dat van wietsoorten en dat het aanbod volgens zowel exploitanten als coffeeshopbezoekers qua type en kwaliteit nog niet goed aansloot op het vroegere, niet-gereguleerde aanbod.

Knelpunten, risico's en randvoorwaarden

Wanneer de verschillende onderzoeksbronnen in samenhang worden beschouwd, blijkt dat schaarste en beperkte aansluiting van het aanbod, met name bij hasj, een belangrijk aandachtspunt waren in de startfase. Gemeenten en coffeeshops gaven in interviews aan dat dit aanvankelijk tot onrust leidde en dat zij vreesden voor uitwijk naar de illegale markt. Tegelijkertijd laat de coffeeshopbezoekersenquête geen aanwijzingen zien voor grootschalige feitelijke verplaatsing: het aandeel bezoekers dat aangaf (vaker) illegaal te kopen bleef beperkt en was vergelijkbaar met het aandeel in vergelijkingsgemeenten.

Daarbij wordt wel opgemerkt dat deze bevindingen betrekking hebben op coffeeshopbezoekers en dat het mogelijk is dat een deel van de illegale kopers uit de coffeeshops is weggebleven. Ook in de illegale-marktenquête zijn echter geen signalen gevonden die wijzen op substantiële verplaatsing, al geldt dat de omvang van de illegale markt op basis van deze methode niet eenduidig kan worden vastgesteld.

Andere knelpunten die in meerdere bronnen terugkomen, zijn de administratieve lasten van het track-and-tracesysteem, onduidelijkheden rond open normen (bijvoorbeeld met betrekking tot steekproeven, edibles en afficheringen) en praktische beperkingen bij het beheren van voorraden, met name in stedelijke coffeeshops. Gemeenten en toezichthouders gaven aan dat zij deze problemen vaak pragmatisch hebben opgelost, bijvoorbeeld door enige ruimte te bieden bij kleine afwijkingen. Tegelijkertijd werd benadrukt dat op de langere termijn behoefte bestaat aan meer duidelijkheid en eenduidigheid.

Toezicht en regelgeving

Uit de gesprekken met toezichthouders komt naar voren dat het toezicht binnen het experiment op verschillende onderdelen uiteenlopend wordt ervaren. Het toezicht op kwaliteit, verpakking en productsamenstelling wordt daarbij als goed uitvoerbaar beschreven. De bijbehorende normen zijn relatief concreet, inspecties verlopen volgens vaste patronen en de naleving door telers roept in de praktijk weinig vragen op. Het toezicht op de geslotenheid van de keten (enerzijds het voorkomen van lekkage uit te keten en anderzijds het voorkomen van instroom van illegaal geteelde producten in de keten) kent een ander karakter. Dit toezicht vraagt om frequente controles, voortdurende analyse van registraties en juridische opvolging. Het track-and-tracesysteem ondersteunt deze werkzaamheden, maar brengt ook administratieve lasten met zich mee en laat ruimte voor interpretatieverschillen en registratiefouten.

Verplaatsingseffecten en externe omstandigheden

Op basis van alle geraadpleegde bronnen zijn geen aanwijzingen gevonden voor verplaatsingseffecten binnen de productieketen. Er zijn geen signalen dat teelt, opslag of distributie verschuiven naar andere gemeenten of naar het buitenland. Dit beeld komt zowel naar voren in interviews als in gegevens uit de leefbaarheidsenquête en de illegalemarktenquête.

Betrokken partijen schreven de waargenomen ontwikkelingen vooral toe aan interne factoren, zoals het gefaseerde karakter van het experiment, de relatief korte looptijd tot nu toe, het beperkte aantal telers en de noodzaak om samenwerking en werkwijzen op te bouwen. Brede externe factoren, zoals algemene marktontwikkelingen of regionale veiligheidsvraagstukken, leken op basis van de beschikbare informatie een minder grote rol te spelen.

8.2 Aanbod in de coffeeshops

De eerste vervolgmeting laat zien dat het cannabisaanbod in coffeeshops zich sinds de start van de experimenteerfase verschillend heeft ontwikkeld in interventie- en vergelijkingsgemeenten. Waar het aanbod bij de nulmeting nog grotendeels vergelijkbaar was, zijn in de interventiegemeenten duidelijker veranderingen zichtbaar geworden. Deze conclusie is gebaseerd op de analyse van menukaarten van coffeeshops in beide typen gemeenten en wordt ondersteund door gegevens uit de coffeeshopbezoekersenquête en interviews met coffeeshophouders en gemeenten.

Ontwikkeling van het aanbod

Uit de menukaartanalyse blijkt dat tussen T_0 en T_1 het aantal unieke productnamen op de menukaarten van de coffeeshops in interventiegemeenten sterker is toegenomen dan in vergelijkingsgemeenten. Dit geldt voor wiet, hasj en joints. Dat betekent dus dat het aanbod van verschillende cannabisproducten in de coffeeshops is toegenomen, met name in de interventiegemeenten.

Naast deze toename van productnamen op de menukaarten is sprake van een toename van het aantal coffeeshops dat bepaalde productcategorieën aanbiedt. Vergeleken met T_0 verkochten op T_1 meer coffeeshops edibles en vapes, vooral in de interventiegemeenten. In deze gemeenten bood vrijwel elke coffeeshop edibles aan en verkocht ongeveer zes op de tien coffeeshops vapes. Ook het aandeel coffeeshops dat concentraten aanbood, is in interventiegemeenten toegenomen. In vergelijkingsgemeenten was deze ontwikkeling minder uitgesproken.

Interviews met coffeeshophouders en gemeenten bevestigen dit beeld, maar plaatsen daarbij een belangrijke nuance. De uitbreiding van het aanbod had vooral betrekking op nieuwe productvormen, terwijl het gereguleerde hasjaanbod door betrokkenen nog als minder divers werd ervaren. Zowel exploitanten als klanten gaven aan dat dit aanbod qua type en kwaliteit nog niet altijd aansloot bij de bestaande voorkeuren.

Prijsontwikkeling

De menukaarten laten daarnaast duidelijke prijsontwikkelingen zien. Tussen T_0 en T_1 is de gemiddelde prijs van wiet in interventiegemeenten sterker gedaald dan in vergelijkingsgemeenten. Dit geldt zowel voor wiet in het algemeen als specifiek voor nederwiet. De prijs van hasj laat juist een tegengestelde ontwikkeling zien en is in interventiegemeenten sterker gestegen. Voor joints (met en zonder tabak) lijkt in beide typen gemeenten sprake van een lichte prijsstijging.

In interviews werd aangegeven dat deze prijsbewegingen passen bij een markt die zich nog ontwikkelt. Gereguleerde productie, beperkte beschikbaarheid en veranderende vraagpatronen zijn daarbij nog niet volledig op elkaar afgestemd. Uit de coffeeshopbezoekersenquête blijkt bovendien dat bezoekers in interventiegemeenten de prijs-kwaliteitverhouding van wiet positiever beoordeelden dan bij de nulmeting, terwijl kwaliteit minder vaak expliciet werd genoemd als reden om een coffeeshop te bezoeken. Dit wijst erop dat prijsveranderingen duidelijk worden waargenomen, maar dat deze niet automatisch worden vertaald naar een hogere ervaren kwaliteit.

Gebruikspatronen

Het cannabisgebruik blijft grotendeels stabiel. Er zijn geen significante verschillen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in veranderingen in gebruiksfrequentie, het aantal gebruiksdagen of het aantal joints per gebruiksdag. Wel is in interventiegemeenten een sterkere toename zichtbaar van het aandeel bezoekers dat in de afgelopen 30 dagen uitsluitend of voornamelijk wiet heeft gebruikt, in vergelijking met hasj of een combinatie van beide. Dit sluit aan bij de veranderingen in het aanbod en de prijsontwikkeling.

8.3 Klanten van coffeeshops en hun cannabisgebruik

De eerste vervolgmeting laat zien dat de samenstelling van coffeeshopklanten en de wijze en mate van cannabisgebruik sinds de start van de experimenteerfase grotendeels stabiel zijn gebleven. Tegelijkertijd zijn op enkele specifieke onderdelen beperkte verschuivingen zichtbaar, met name in productkeuze en aankoopgedrag. Deze conclusies zijn gebaseerd op een gecombineerde analyse van de coffeeshopbezoekersenquête, de leefbaarheidsenquête, de illegalemarktenquête en interviews met coffeeshophouders en betrokken gemeenten.

Kenmerken van coffeeshopklanten

Uit de coffeeshopbezoekersenquête blijkt dat de kenmerken van coffeeshopbezoekers in interventie- en vergelijkingsgemeenten weinig verschillen en zich sinds de nulmeting nauwelijks hebben gewijzigd. Coffeeshops worden in beide typen gemeenten voornamelijk bezocht door bestaande gebruikersgroepen. Dit beeld wordt bevestigd door interviews met coffeeshophouders, die aangeven geen duidelijke veranderingen te zien in het type klanten dat zij ontvangen.

Een kleine groep respondenten gaf aan dat zij vóór de start van het experiment geen coffeeshop bezocht en dit nu wel deed.

Dit aandeel is beperkt en vergelijkbaar in interventie- en vergelijkingsgemeenten. Ook de illegalemarktenquête biedt geen aanwijzingen voor een structurele instroom van nieuwe gebruikersgroepen in coffeeshops. Op basis van meerdere databronnen is er daarmee geen aanwijzing dat het experiment heeft geleid tot de komst van nieuwe typen coffeeshopklanten.

Verkoophoeveelheden en gebruikspatronen

Wat betreft verkoophoeveelheden laat de coffeeshopbezoekersenquête een verschuiving zien in interventiegemeenten. Tussen T_0 en T1 is de stijging van het aantal gram wiet dat per transactie werd gekocht sterker dan in vergelijkingsgemeenten. Waar bij de nulmeting 1 gram wiet nog de meest voorkomende hoeveelheid was, is dit op T_1 in interventiegemeenten verschoven naar 5 gram. In vergelijkingsgemeenten bleef 1 gram de meest verkochte hoeveelheid. Voor hasj wordt geen vergelijkbare verschuiving waargenomen. Tegelijkertijd wijzen de indicatoren niet op een toename van het cannabisgebruik in de interventiegemeenten ten opzichte van de vergelijkingsgemeenten, terwijl in eerstgenoemde mogelijk een grotere hoeveelheid cannabis in omloop is gekomen. Deze combinatie van bevindingen vraagt om nadere duiding in de vervolgmeting.

Wat betreft de wijze en mate van cannabisgebruik laten de gegevens een overwegend stabiel beeld zien. De coffeeshopbezoekersenquête toont geen significante verschillen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten in veranderingen in gebruiksfrequentie, het aantal gebruiksdagen per maand of het aantal joints per gebruiksdag. Deze bevinding wordt ondersteund door de leefbaarheidsenquête, waarin geen signalen worden gevonden van een toename van intensiever gebruik of van gebruiksgerelateerde problemen.

Wel is in interventiegemeenten een sterkere verschuiving zichtbaar in productkeuze. Het aandeel respondenten dat in de afgelopen 30 dagen uitsluitend of voornamelijk wiet had gebruikt, nam daar sterker toe dan in vergelijkingsgemeenten. Tegelijkertijd nam het aandeel gebruikers van hasj af. Deze verschuiving sluit aan bij bevindingen uit de menukaartanalyse en interviews, waarin wordt gesignaleerd dat het gereguleerde hasjaanbod in deze fase beperkter was en minder goed aansloot bij de bestaande voorkeuren van gebruikers.

Aankoopgedrag en ervaren aanbod

De coffeeshopbezoekersenquête laat zien dat veranderingen zich vooral voordoen op het niveau van aankoopgedrag. In interventiegemeenten kochten bezoekers per transactie vaker grotere hoeveelheden wiet dan bij de nulmeting. Deze bevinding wordt bevestigd in interviews met coffeeshophouders, die aangeven dat klanten vaker grotere hoeveelheden aanschaften, mogelijk in reactie op prijsstelling, beschikbaarheid of gewenste effecten.

De wijze waarop coffeeshopklanten het aanbod ervoeren, laat een genuanceerd beeld zien. De belangrijkste redenen om een coffeeshop te bezoeken, zoals sfeer, gezelligheid, personeel en locatie, zijn sinds de start van het experiment grotendeels gelijk gebleven. Tegelijkertijd nam in interventiegemeenten het aandeel bezoekers af dat de kwaliteit van wiet of hasj expliciet noemde als reden voor coffeeshopbezoek, terwijl de beoordeling van de prijskwaliteitverhouding van wiet daar juist verbeterde. Dit suggereert dat veranderingen in aanbod en prijs door klanten worden waargenomen, maar zich nog niet eenduidig vertalen in een hogere ervaren kwaliteit.

Relatie met de illegale markt en leefbaarheid

Hoewel in interviews door sommige betrokkenen werd gewezen op het risico dat veranderingen in aanbod of beschikbaarheid kunnen leiden tot verplaatsing naar de illegale markt, wordt dit beeld niet bevestigd door de surveygegevens. Daarbij is wel van belang dat de coffeeshopbezoekersenquête uitsluitend is afgenomen onder personen die de coffeeshop bezoeken; personen die hun cannabis uitsluitend buiten de coffeeshop aanschaffen, maken geen deel uit van deze onderzoekspopulatie. Hoewel er daarnaast een afzonderlijke illegalemarktenquête is uitgevoerd, biedt deze geen basis om het aandeel van deze groep in de totale gebruikerspopulatie te schatten. Binnen deze kanttekeningen laat zowel de coffeeshopbezoekersenquête als de illegalemarktenquête zien dat slechts een beperkt deel van de respondenten cannabis buiten de coffeeshop aanschafte en dat dit aandeel niet is toegenomen in de interventiegemeenten. Ook de leefbaarheidsenquête geeft geen aanwijzingen voor toename van straathandel of voor veranderingen in cannabisgerelateerde leefbaarheid sinds de start van het experiment.

8.4 Overlast en criminaliteit

De eerste vervolgmeting laat zien dat zich sinds de start van de experimenteerfase geen duidelijke veranderingen hebben voorgedaan in cannabisgerelateerde overlast of criminaliteit die eenduidig aan het experiment kunnen worden toegeschreven. Deze conclusie is gebaseerd op een gecombineerde analyse van de leefbaarheidsenquête, interviews met gemeenten, politie en toezichthouders, beschikbare registraties en signalen uit de illegalemarktenquête.

Ontwikkelingen in cannabisgerelateerde overlast

Uit de leefbaarheidsenquête blijkt dat het merendeel van de respondenten, zowel in interventie als in vergelijkingsgemeenten, de leefbaarheid en veiligheid in de eigen woonomgeving als goed beoordeelt. De aard en mate van ervaren overlast zijn tussen T_0 en T_1 niet wezenlijk veranderd. Waar overlast werd genoemd, gaat het vooral om bekende verschijnselen zoals rondhangende personen, verkeersdrukte en geluid, zonder duidelijke toename of verschuiving sinds de start van het experiment.

Dit beeld wordt bevestigd in interviews met gemeenten en andere betrokken partijen. Zij gaven aan geen structurele veranderingen te constateren in overlast rondom coffeeshops. Incidentele meldingen pasten volgens hen binnen bestaande patronen en worden niet als experimentspecifiek gezien. Ook de coffeeshopbezoekersenquête levert geen signalen op van toegenomen hinder of spanningen rond coffeeshops.

Criminaliteit rond teelt en distributie

Voor teelt en distributiegerelateerde criminaliteit geldt dat de beschikbare gegevens op dit moment geen eenduidige trends laten zien. Betrokkenen uit gemeenten en politie gaven in interviews aan dat het te vroeg was om vast te stellen of de gesloten keten invloed heeft op de omvang of aard van deze criminaliteitsvormen. De beschikbare registraties bieden onvoldoende details om onderscheid te maken tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten of om veranderingen direct aan het experiment toe te schrijven.

Wel signaleerden enkele geïnterviewde partijen dat de gesloten keten heeft geleid tot meer transparantie in de legale productieketen, waardoor het toezicht op legale processen is verbeterd. Tegelijkertijd werd benadrukt

dat incidenten bij telers of vervoerders, zoals inbraken of bedreigingen, ook vóór het experiment voorkwamen en vooralsnog incidenteel van aard bleven.

Bedreigingen en nieuwe criminaliteitsvormen

Op basis van interviews en beschikbare registraties zijn er geen aanwijzingen voor het ontstaan van nieuwe criminaliteitsvormen of voor een toename van bedreigingen gericht op partijen die bij het experiment betrokken zijn, zoals telers, vervoerders, coffeeshophouders of toezichthouders. Waar veiligheidsrisico's werden benoemd, betreft dit vooral potentiële risico's die samenhangen met de aard van de sector, en niet met feitelijk waargenomen veranderingen sinds de start van de experimenteerfase.

De illegalemarktenquête biedt aanvullend inzicht in de bredere context. Daaruit blijkt dat eventuele verschuivingen in illegale handel zich met name voordoen via digitale kanalen, zoals sociale media en berichtendiensten. Dit is een ontwikkeling die ook los van het experiment plaatsvindt. Er zijn geen aanwijzingen dat deze ontwikkeling is versneld door de invoering van de gesloten coffeeshopketen.

8.5 Illegale markt

De eerste vervolgmeting laat zien dat er vooralsnog geen bewijs is voor disrupties op de illegale markt als gevolg van het experiment. De ontwikkelingen op de illegale cannabismarkt tijdens de eerste vervolgmeting (T_1) zijn gevolgd aan de hand van een online-enquête, waarin vragen zijn gesteld over de laatste aankoop buiten de coffeeshop in de afgelopen 30 dagen. Deze bevindingen zijn geplaatst in het bredere kader van signalen uit interviews.

Al met al laten de resultaten zien dat de illegale cannabismarkt tijdens de eerste vervolgmeting slechts in beperkte mate is veranderd. De meeste waargenomen verschillen tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten zijn klein en niet statistisch significant. Dit past bij het vroege stadium van het experiment, de gefaseerde invoering van gereguleerd aanbod en de beperkte handhaving op hasj gedurende een deel van de meetperiode. Verdere metingen zijn nodig om te beoordelen of er patronen of effecten zijn in latere fasen van het experiment.

Motieven om buiten coffeeshops te kopen

Een lagere prijs en een gunstige prijs-kwaliteitverhouding blijven de belangrijkste redenen om cannabis buiten coffeeshops te kopen. Hoewel er tussen T_0 en T_1 enkele verschuivingen zichtbaar zijn in de mate waarin deze motieven worden genoemd, wijken deze ontwikkelingen niet statistisch significant af tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten. Op basis hiervan kan vooralsnog niet worden vastgesteld dat het experiment heeft geleid tot een duidelijke verandering in de aantrekkelijkheid van de illegale markt op prijsgronden. Gezien de prijsgedrevenheid van de illegale markt, is het mogelijk dat deze in interventiegemeenten gaat reageren op de dalende prijzen voor gereguleerde wiet (zie hoofdstuk 4).

Structuur van de illegale markt

De resultaten over de structuur van de illegale markt bieden evenmin bewijs voor grote veranderingen. Bezorgdiensten en -dealers die bereikbaar zijn via smartphone-apps vormden in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten de belangrijkste aankoopbron buiten coffeeshops. Dit patroon is redelijk stabiel gebleven tussen T_0 en T_1. Aankopen via vrienden namen in beide groepen af, terwijl andere aankoopkanalen (zoals dealpanden of straathandel) relatief beperkt bleven en geen duidelijke experimenteffecten laten zien.

Tevredenheid over illegaal gekochte cannabis

De tevredenheid over illegaal gekochte cannabis bleef gedurende de eerste maanden van het experiment hoog in beide groepen. Respondenten beoordeelden effecten, prijs-kwaliteitverhouding en geur/smaak overwegend positief, zowel bij wiet als bij hasj. Tussen T_0 en T_1 zijn hierin slechts beperkte veranderingen zichtbaar. Ook hier worden geen statistisch significante verschillen gevonden tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Aankoophoeveelheden

Een uitzondering betreft de aankoophoeveelheid van hasj op de illegale markt. In interventiegemeenten was sprake van een significante stijging van de gemiddelde hoeveelheid hasj per transactie, terwijl deze in vergelijkingsgemeenten juist daalde. Dit sluit aan bij de door stakeholders gesignaleerde beperkingen in het gereguleerde hasjaanbod (zie hoofdstuk 3) en de lagere waardering hiervan door coffeeshopbezoekers gedurende de eerste maanden van het experiment (zie hoofdstuk 5). Vervolgmetingen zijn nodig om de interpretatie dat toename van hoeveelheid gekochte hasj op illegale markt in vergelijkingsgemeenten toe te schrijven is aan beperkingen van gereguleerde hasjaanbod en de lage waardering van coffeeshopbezoekers een tijdelijk verschijnsel is.

Prijsontwikkelingen

Ten aanzien van prijsontwikkelingen laat de illegale markt geen eenduidig experimenteffect zien. De gemiddelde prijs per gram wiet daalde licht in zowel interventie- als vergelijkingsgemeenten. De prijs van hasj bleef in interventiegemeenten ongeveer gelijk, terwijl deze in vergelijkingsgemeenten steeg. Geen van deze verschillen is statistisch significant toe te schrijven aan het experiment.

8.6 Volksgezondheid

De eerste vervolgmeting laat zien dat zich sinds de start van de experimenteerfase geen duidelijke veranderingen hebben voorgedaan in de volksgezondheid van coffeeshopbezoekers. Deze conclusie is primair gebaseerd op de coffeeshopbezoekersenquête en wordt ondersteund, dan wel begrensd, door bevindingen uit de leefbaarheidsenquête en interviews met betrokken partijen. Andere onderzoekscomponenten, zoals de menukaartanalyse en de illegalemarktenquête, leveren voor dit thema vooral indirecte context.

Ervaren gezondheid en problematisch cannabisgebruik

De coffeeshopbezoekersenquête vormt de belangrijkste databron voor het beoordelen van ervaren gezondheid en (mogelijk) problematisch cannabisgebruik. Uit deze enquête blijkt dat ongeveer driekwart van de respondenten in zowel interventie als vergelijkingsgemeenten de eigen gezondheid beoordeelde als goed tot zeer goed. Tussen T_0 en T_1 zijn geen significante verschillen zichtbaar in veranderingen in ervaren gezondheid tussen beide typen gemeenten.

Ook wat betreft het risico op problematisch cannabisgebruik, gemeten met de Cannabis Abuse Screening Test (CAST), laat de coffeeshopbezoekersenquête een stabiel beeld zien. Ongeveer twee derde van de coffeeshopbezoekers in zowel interventie als vergelijkingsgemeenten had een verhoogd risico op een cannabisstoornis (CASTscore ≥ 8). De verandering tussen T_0 en T_1 in het aandeel respondenten met een verhoogde CAST-score verschilt niet significant tussen interventie- en vergelijkingsgemeenten.

Ook valt op dat op menukaarten van coffeeshops in interventiegemeenten, met name bij hasjproducten en concentraten, regelmatig zeer hoge THC-percentages

werden vermeld. Daarbij geldt de kanttekening dat het hier gaat om vermelde waarden en dat de daadwerkelijke THC-percentages kunnen afwijken. Deze observatie kan daarom niet zonder meer worden vertaald naar daadwerkelijk gebruiksniveau of gezondheidsuitkomsten. Tegelijkertijd bevatten de gebruikte bronnen geen directe metingen van individueel consumptiegedrag of objectieve gezondheidsstatus, waardoor zij vooral een contextueel beeld bieden.

Gezondheidsincidenten

Het aandeel mensen dat in de afgelopen twaalf maanden één of meerdere gezondheidsincidenten rapporteerde, lijkt in de interventiegemeenten op T_1 (6%) lager te zijn dan op T_0 (12%). Ook in de vergelijkingsgemeenten (7%) lijkt het aandeel mensen dat gezondheidsincidenten rapporteerde op T_1 iets lager dan op T_0 (10%). Omdat de aantallen echter zeer klein zijn kan op basis van deze data niet worden geconcludeerd dat het aandeel incidenten is afgenomen.

Preventie en informatievoorziening

Binnen het experiment is aandacht besteed aan preventie, onder meer via verpakkingsvoorschriften, informatievoorziening en verplichtingen voor coffeeshops. De huidige onderzoeksmethoden bieden echter nog geen systematisch inzicht in het bereik of de effectiviteit van deze maatregelen. Interviews met betrokken partijen geven aan dat preventieve elementen aanwezig zijn, maar dat hun invloed op kennis, houding of gedrag van bezoekers niet kunnen worden beoordeeld. Andere databronnen bevatten geen specifieke indicatoren voor preventieve effecten.

8.7 Ten slotte

De bevindingen van dit onderzoek moeten worden geïnterpreteerd tegen de achtergrond dat het experiment zich nog in een vroege fase bevindt. De eerste vervolgmeting betreft een tussentijdse momentopname, waarin slechts sprake was van een beperkte blootstelling aan de experimentele situatie. De experimenteerfase is gestart op 7 april 2025, het gereguleerde aanbod werd gefaseerd ingevoerd en hasj had een langere overgangsfase. Sinds 1 september 2025 mogen coffeeshops in interventiegemeenten ook uitsluitend nog gereguleerde hasj verkopen. Daarnaast bevindt de markt voor gereguleerde cannabis zich nog in een ontwikkel en stabilisatiefase, waarin aanbod, prijsstelling, productvariatie en logistieke processen zich nog moeten zetten. De conclusies in dit hoofdstuk zijn daarom voorlopig van aard.

Bij de interpretatie van de resultaten is verder van belang dat een aanzienlijk deel van de empirische informatie is verzameld onder coffeeshopbezoekers. Deze groep bestaat relatief vaker uit frequente gebruikers, die door hun bezoekpatronen een grotere kans hebben om in de steekproef terecht te komen dan minder frequente gebruikers. Daarnaast is het inzicht in de illegale markt primair gebaseerd op zelfrapportage, wat de mate van detail en betrouwbaarheid begrenst. Tegenover deze beperkingen staat dat het onderzoek, door de combinatie van meerdere onderzoeksmethoden, wel degelijk inzicht biedt in de eerste ervaringen met het experiment. Juist de kruisbestuiving tussen interviews, menukaartanalyse, coffeeshopbezoekersenquête, leefbaarheidsenquête en illegalemarktenquête maakt het mogelijk om waargenomen veranderingen, en het uitblijven daarvan, in samenhang te beoordelen.

De eerste en belangrijkste conclusie is dat de basis van de gesloten keten inmiddels staat en functioneert. Productie, distributie en verkoop verlopen binnen de kaders van het experiment en op basis van de beschikbare gegevens zijn er geen signalen dat de keten niet gesloten functioneert. Tegelijkertijd laat het onderzoek zien dat deze werking tot stand is gekomen via een fase met aanzienlijke uitvoeringsproblemen, vooral aan het begin van de experimenteerfase. Uit interviews blijkt dat knelpunten in logistiek, administratie, productbeschikbaarheid en interpretatie van regelgeving in de beginfase dominant waren.

Belangrijk is echter dat stakeholders aangaven dat veel van deze knelpunten gaandeweg zijn opgelost of beter hanteerbaar zijn geworden. Interviews die later in het proces zijn afgenomen, laten een duidelijk positiever beeld zien dan de eerste interviews. Stakeholders spraken expliciet over meer routine, betere afstemming en grotere voorspelbaarheid in de ketenwerking. Deze ontwikkeling wijst erop dat de gesloten keten functioneert binnen een leer en ontwikkelproces, waarin uitvoeringservaring een cruciale rol speelt. De werking is daarmee nog niet 'af', maar wel aantoonbaar verbeterd ten opzichte van de startfase.

Een tweede belangrijke conclusie betreft de forse uitbreiding van het aanbod in coffeeshops in interventiegemeenten. Niet alleen is het aantal verschillende producten toegenomen, ook is het assortiment duidelijk verbreed met andere productvormen dan de traditionele cannabis in hasj en wietvorm. Met name de snelle toename van edibles, vapes en concentraten valt op. Deze ontwikkeling is kwantitatief duidelijk zichtbaar in de menukaartanalyse en wordt bevestigd door de coffeeshopbezoekersenquête en interviews.

Vooralsnog worden deze veranderingen niet weerspiegeld in veranderingen in gebruikspatronen of volksgezondheid. Dat neemt echter niet weg dat deze ontwikkeling beleidsmatig aandacht vraagt. Het gaat om productvormen met andere gebruikswijzen, doseringsrisico's en potentiële gezondheidsrelevantie dan traditionele cannabisproducten. De vraag hoe deze verbreding zich op langere termijn ontwikkelt en welke begeleiding of regulering daarbij nodig is, verdient daarom nadrukkelijk blijvende aandacht.

Een derde kernconclusie is dat het onderzoek op dit moment nog beperkt zicht biedt op ontwikkelingen in de illegale markt en mogelijke verplaatsingseffecten. De beschikbare gegevens laten geen duidelijke, robuuste veranderingen zien in prijs of omvang van de illegale markt, maar dit beperkte zicht moet zorgvuldig worden geïnterpreteerd. Uit interviews blijkt dat stakeholders weinig directe informatie hebben over ontwikkelingen buiten de legale keten; hun aandacht richt zich primair op het functioneren van de keten binnen de gemeentegrenzen. Daarnaast is het onderzoek naar de illegale markt grotendeels gebaseerd op zelfrapportage, wat de betrouwbaarheid en het detailniveau beperkt. Het ontbreken van duidelijke signalen betekent daarmee niet noodzakelijk dat er niets gebeurt, maar vooral dat huidige instrumenten en informatiebronnen beperkt zicht bieden op deze dynamiek. Dit onderstreept het belang om in de komende jaren gerichter te investeren in monitoring van de illegale markt en mogelijke verplaatsingseffecten, om te voorkomen dat ongewenste ontwikkelingen grotendeels buiten beeld raken.

Ten slotte laat het onderzoek zien dat de situatie rondom coffeeshops in zowel interventie als vergelijkingsgemeenten stabiel en beheersbaar is gebleven. Er worden geen betekenisvolle verschillen waargenomen in ervaren overlast of criminaliteit rond coffeeshops sinds de start van het experiment. Zowel leefbaarheidsenquêtes als interviews ondersteunen dit beeld. Wel blijkt uit interviews

dat zich incidentele problemen bij teeltlocaties kunnen voordoen, zoals geuroverlast of veiligheidsincidenten (bijvoorbeeld inbraken of berovingen). Het onderzoek biedt vooralsnog geen aanwijzingen dat sprake is van een structureel of wijdverbreid verschijnsel dat zich bij alle teeltlocaties voordoet.

Referenties

Hoofdstuk 1

Adviescommissie Experiment gesloten cannabisketen. (2018). *Een experiment met een gesloten cannabisketen*. Den Haag.

Adviescommissie Experiment gesloten cannabisketen. (2019). *Nominatie van gemeenten voor deelname aan het experiment met een gesloten cannabisketen*. Den Haag.

Bestuurlijke werkgroep modernisering cannabisbeleid, VNG. (2015). *Het failliet van het gedogen. Op weg naar de cannabiswet*. Den Haag.

Besluit experiment gesloten coffeeshopketen (2020). Staatsblad van het Koninkrijk der Nederlanden, 2020(185). Geraadpleegd van: https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2020-185.html

Besluit opening tijdvak indienen aanvraag om aanwijzing als teler in het kader van […] van het experiment moet kunnen worden geproduceerd, Stcrt. 2020, 33137.

Besluit aanwijzing toezichthouders naleving Wet experiment gesloten coffeeshopketen en verlenen mandaat en machtiging voor de uitvoering en handhaving van die wet, BWBR0043743. Geraadpleegd van: https://wetten.overheid.nl/BWBR0043743/2020-07-01

Bruins, B. J. & Grapperhaus, F. B. J. (2019). *Cannabispreventiebeleid experiment gesloten coffeeshopketen*. Den Haag: Tweede Kamer der Staten-Generaal. Geraadpleegd van: https://www.eerstekamer.nl/behandeling/20191029/brief_regering/document3/f=/vl3ekafmqcg6.pdf

Eerste Kamer der Staten-Generaal. (2019, 5 november). Voortzetting behandeling Experiment gesloten coffeeshopketen: Verslag van de vergadering van 5 november 2019 (2019/2020 nr. 5). Geraadpleegd van: https://www.eerstekamer.nl/verslagdeel/20191105/experiment_gesloten_3

Tweede Kamer der Staten-Generaal. (2019, 17 januari). *Handelingen TK 2018/2019, nr. 42, item 8*. Geraadpleegd van: https://www.eerstekamer.nl/behandeling/20190117/experiment_gesloten_2/document3/f=/vkvnrsfk20zv.pdf

Grapperhaus, F.B.J. (2021). *Stand van zaken Experiment gesloten coffeeshopketen*. Den Haag: Ministerie van Justitie en Veiligheid.

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Ministerie van Justitie en Ministerie van Binnenlandse Zaken. (1995). *Het Nederlandse drugsbeleid. Continuïteit en verandering*. Rijswijk.

Memorie van Toelichting: Regels inzake een uniform experiment met teelt en verkoop van hennep en hasjiesj voor recreatief gebruik in een gesloten coffeeshopketen (Wet experiment gesloten coffeeshopketen). Den Haag: Tweede Kamer der Staten-Generaal.

Mennes, R., Van der Lee, E. & Dam, I. (2025). *Coffeeshops in Nederland 2024: Aantallen coffeeshops en gemeentelijk beleid 1999-2024*. Breuer&Intraval, Groningen.

Mennes, R., Hoorens, S., Van Laar, M., Monshouwer, K., Olthof, M., Oomen, P., Pardal, M., Rigter, S., Roodbeen, R., Schoonbeek, I. & Senator, B. (2023). *Onderzoek Experiment Gesloten Coffeeshopketen: Rapportage voormeting 2021*. Breuer&Intraval, RAND Europe en Trimbos-instituut.

Mennes, R., Hoorens, S., Van Laar, M., Monshouwer, K., Andree, R., Oomen, P., Pardal, M., Leenders, E., Schoonbeek, I., Van der Lee, E., Rigter, S. & Senator, B. (2024). *Onderzoek Experiment Gesloten Coffeeshopketen: Rapportage nulmeting 2022*. Breuer&Intraval, RAND Europe en Trimbos-instituut.

Wet van 13 november 2019, houdende regels inzake een uniform experiment met teelt en verkoop van hennep en hasjiesj voor recreatief gebruik in een gesloten coffeeshopketen (Wet experiment gesloten coffeeshopketen). *Staatsblad 2019*, 433. Geraadpleegd van: https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2019-433.html

Regeling van de Minister voor Medische Zorg en de Minister van Justitie en Veiligheid van 18 juni 2020, houdende regels ter uitvoering van de Wet experiment gesloten coffeeshopketen (Regeling experiment gesloten coffeeshopketen). *Wettenbank*. Geraadpleegd van: https://wetten.overheid.nl/BWBR0043749/2020-07-01

Ministerie van Justitie en Veiligheid, & Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (z.d.). *Aanleiding en opzet experiment gesloten coffeeshopketen*. Rijksoverheid. Geraadpleegd van: https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/experiment-gesloten-coffeeshopketen-wietexperiment/aanleiding-en-opzet-experiment-gesloten-coffeeshopketen

Inspectie Justitie en Veiligheid. (2021). *Toezicht- en handhavingsarrangement Experiment Gesloten Coffeeshopketen*. Geraadpleegd van: https://www.inspectie-jenv.nl/toezichtgebieden/wet-experiment-gesloten-coffeeshopketen/documenten/publicaties/2021/11/01/toezicht—en-handhavingsarrangement-

Van Rijn, M. J. (2020). *Advies cannabispreventie experiment gesloten coffeeshopketen*. (Kamerbrief). Den Haag: Tweede Kamer der Staten-Generaal. Geraadpleegd van: https://www.eerstekamer.nl/behandeling/20200626/brief_regering_advies/document3/f=/vlapn4mlc9z8.pdf

Van Rijn, M. J. & Grapperhaus, F. B. J. (2020). *Voortgang experiment gesloten coffeeshopketen*. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Geraadpleegd van: https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2017/10/10/regeerakkoord-2017-vertrouwen-in-de-toekomst

VVD, CDA, D66, & ChristenUnie. (2017). *Vertrouwen in de toekomst: Regeerakkoord 2017-2021*. Geraadpleegd van: https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2017/10/10/regeerakkoord-2017-vertrouwen-in-de-toekomst

Hoofdstuk 2

Adviescommissie Experiment gesloten cannabisketen. (2018). *Een experiment met een gesloten cannabisketen*. Den Haag.

Adviescommissie Experiment gesloten cannabisketen. (2019). *Nominatie van gemeenten voor deelname aan het experiment met een gesloten cannabisketen*. Den Haag.

Asgari, S. & Nunes, M.B. (2011). Experimental and quasi-experimental research in information systems. In: *IADIS International Workshop on Information Systems Research Trends, Approaches and Methodologies (ISRTAM 2011)*. (33-40) IADIS. Italy.

Grant, A.M. & Wall, T.D. (2008). The neglected science and Art of Quasi-Experimentation why-to, when-to, and how-to advice for organizational researchers. *Organizational Research Methods 12(4),* 653-686.

Handley M. A., Lyles, C. R., McCulloch, C. & Cattamanchi, A. 2018. Selecting and improving quasi-experimental designs in effectiveness and implementation research. *Annual Review of Public Health 39*, 5-25.

Mennes, R., Van der Lee, E., & Dam, I. (2025). *Coffeeshops in Nederland 2024: Aantallen coffeeshops en gemeentelijk beleid 1999-2024*. Breuer&Intraval.

Mennes, R., Hoorens, S., Van Laar, M., Monshouwer, K., Andree, R., Oomen, P., Pardal, M., Leenders, E., Schoonbeek, I., Van der Lee, E., Rigter, S., & Senator, B. (2024). *Onderzoek Experiment Gesloten Coffeeshopketen: Rapportage nulmeting 2022*. Breuer&Intraval, RAND Europe en Trimbos-instituut.

Hoofdstuk 3

Mennes, R., Van der Lee, E. & Dam, I. (2024). *Coffeeshops in Nederland 2024: Aantallen coffeeshops en gemeentelijk beleid 1999-2024.* Breuer&Intraval.

Hoofdstuk 6

Centraal Bureau voor de Statistiek, & Ministerie van Justitie en Veiligheid. (2026, 2 maart). *Veiligheidsmonitor 2025*. https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2026/03/02/tk-bijlage-veiligheidsmonitor-2025

Bijlage I: samenstelling van de begeleidingscommissie

- De heer em. prof. dr. mr. G.P.M.F. Mols (Maastricht University - Faculteit der Rechtsgeleerdheid, voorzitter);
- Mevrouw dr. C. van den Berg (Nederlands Studiecentrum Criminaliteit & Rechtshandhaving (NSCR), Vrije Universiteit van Amsterdam)
- Mevrouw prof. dr. H. van de Mheen (Tilburg University - Tranzo);
- De heer prof. dr. ir. J.C. Fransoo (Tilburg University - Tilburg School of Economics and Management);
- De heer em. prof. dr. R.A. Knibbe (Maastricht University) en
- De heer prof. dr. J.N. van Ommeren (Vrije Universiteit Amsterdam - School of Business and Economics).

Bijlage II: Opgenomen incidenten uit BVH in analyse

A20 GEKWAL. DIEFSTAL IN/UIT WONING - Diefstal/inbraak woning

A23 GEKWAL. DIEFSTAL IN/UIT BEDRIJF/ KANTOOR - Diefstal/inbraak bedrijf

A30 DIEFSTAL IN/UIT WONING (NIET GEKWAL.) -Diefstal/inbraak woning

A32 DIEFSTAL IN/UIT BEDRIJF/KANTOOR (NIET GEKWAL.) - Diefstal/inbraak bedrijf

B20 GEKWAL. DIEFSTAL MET GEWELD IN/UIT WONING - Diefstal/inbraak woning

B30 DIEFSTAL MET GEWELD IN/UIT WONING (NIET GEKWAL.) - Diefstal/inbraak woning

C20 VERNIELING VAN/AAN OPENBAAR VERVOER/ABRI - Geweld en dreiging

C30 VERNIELING VAN/AAN OPENBAAR GEBOUW - Geweld en dreiging

E38 OVERLAST IVM ALCOHOL/ DRUGS - Overlast en openbare orde

F11 OPENLIJKE GEWELDPLEGING TEGEN GOEDEREN - Geweld en dreiging

F12 OPENLIJKE GEWELDPLEGING TEGEN PERSONEN - Geweld en dreiging

F40 BEZIT SOFTDRUGS (LIJST II) - Drugsgerelateerde delicten

F41 BEZIT SOFTDRUGS (LIJST II) - Drugsgerelateerde delicten

F42 HANDEL E.D. HARDDRUGS (LIJST I) - Drugsgerelateerde delicten

F43 HANDEL E.D. SOFTDRUGS (LIJST II) - Drugsgerelateerde delicten

F44 VERVAARDIGEN HARDDRUGS (LIJST I) - Drugsgerelateerde delicten

F45 VERVAARDIGEN SOFTDRUGS (LIJST II) - Drugsgerelateerde delicten

F46 AANTREFFEN DRUGS (GEEN VERDACHTE) - Drugsgerelateerde delicten

F47 OVERIGE DRUGSDELICTEN -Drugsgerelateerde delicten

F530 BEDREIGING - Geweld en dreiging

F94 WITWASSEN - Financiële en georganiseerde criminaliteit

M08 INRICHTINGEN WET MILIEUBEHEER - Overlast en openbare orde