



# Coffeeshopbezoekers Terneuzen najaar 2009

**COFFEESHOPBEZOEKERS  
TERNEUZEN**

**NAJAAR 2009**

INTRAVAL

Groningen-Rotterdam

# INHOUDSOPGAVE

	Pagina
<b>1. Inleiding</b>	<b>1</b>
1.1 Probleemstelling	1
1.2 Onderzoeksopzet	2
1.3 Leeswijzer	2
<b>2. Aantallen</b>	<b>3</b>
<b>3. Enquête</b>	<b>4</b>
3.1 Kenmerken	4
3.2 Koopgedrag	5
3.3 Gedragsreacties	5
<b>4. Conclusies</b>	<b>6</b>
<b>Bijlage 1 Methodologische verantwoording</b>	<b>7</b>
<b>Bijlage 2 Tabellen</b>	<b>9</b>

# 1. INLEIDING

In de jaren negentig van de vorige eeuw heeft de gemeente Terneuzen als grens- en centrumgemeente te maken gehad met een omvangrijke drugsproblematiek.<sup>1</sup> Destijds zouden circa 70 verkoopadressen, waaronder een groot aantal woonpanden, oorzaak zijn van grootschalige overlast van zowel soft- als harddrugs.<sup>2</sup> Mede in het kader van bestrijding van overlast worden er vanaf 1996 in Terneuzen twee verkooppunten van softdrugs gedoogd, te weten Miami en Checkpoint aan de Westkolkstraat te Terneuzen. Vanaf dat moment kan in twee coffeeshops 5 gram softdrugs worden gekocht, oftewel maximaal 10 gram per dag. In eerste instantie heeft Terneuzen een beleid dat zich richt op de lokale markt, maar als grensgemeente heeft het tevens te maken met een vraag uit het buitenland. Met name coffeeshop Checkpoint stond in Nederland en in buurlanden bekend om de goede kwaliteit van de cannabis. Begin 2007 bezochten circa 2.600 bezoekers de twee gedoogde coffeeshops in Terneuzen.<sup>3</sup> Hiervan was het merendeel (84%) niet woonachtig in Nederland.

In juni 2008 wordt de grootste coffeeshop in Terneuzen gesloten en eind september van dat jaar sluit eveneens de andere coffeeshop haar deuren. Deze sluiting gaat gepaard met een sterke toename aan klachten over met name straatdealers. Coffeeshop Miami wordt in november 2008 heropend. Op grond van afspraken in de lokale driehoek mag vanaf 1 december 2008 nog maar drie gram softdrugs per persoon per dag worden verkocht. Daarnaast zijn de openingstijden van de coffeeshop teruggebracht.<sup>4</sup>

In het voorjaar van 2009 blijkt dat het aantal coffeeshopbezoekers met 82% is afgenomen ten opzichte van begin 2007.<sup>5</sup> Er is een sterke daling te zien in het aantal Franse bezoekers. Verder kopen bezoekers minder vaak softdrugs en nemen ze minder grote hoeveelheden af.

Op 16 september 2009 worden de coffeeshops in Bergen op Zoom en Roosendaal gesloten, waardoor er mogelijk verandering plaatsvindt in het coffeeshopbezoek in Terneuzen. Om de ontwikkelingen te blijven volgen heeft onderzoeks- en adviesbureau INTRAVAl in opdracht van de gemeente Terneuzen een vervolgonderzoek naar de aard en de omvang van coffeeshopbezoekers uitgevoerd.

## 1.1 Probleemstelling

De probleemstelling van het vervolgonderzoek naar het coffeeshopbezoek in de gemeente Terneuzen is als volgt:

Wat is de aard en omvang van de bezoekers van de coffeeshop in Terneuzen?

---

<sup>1</sup> Bieleman, B., J. Snippe, F. Oldersma (2003) Monitor drugsoverlast Nederland 1996-2002. St. INTRAVAl, Groningen-Rotterdam.

<sup>2</sup> Gemeente Terneuzen (2006) Onderzoeksopdracht naar de mogelijkheid van de vestiging van een coffeeshop bij de grens. Dienst Algemene Juridische Zaken, Terneuzen.

<sup>3</sup> Bieleman, B., H. Naayer (2007) Onderzoek coffeeshops Terneuzen. St. INTRAVAl, Groningen-Rotterdam.

<sup>4</sup> De coffeeshop in Terneuzen is elke dag geopend van 12.00 tot 22.00 uur.

<sup>5</sup> Bieleman, B., R. Nijkamp (2009) Coffeeshopbezoekers Terneuzen: Voorjaar 2009. St. INTRAVAl, Groningen-Rotterdam.

Afgeleide vragen uit voorgaande probleemstelling zijn:

- Hoeveel bezoekers heeft de coffeeshop in Terneuzen?
- Waar zijn de coffeeshopbezoekers woonachtig?
- Wat is het koopgedrag van de coffeeshopbezoekers?
- Hoeveel coffeeshopbezoekers kochten voorheen softdrugs in Bergen op Zoom en Roosendaal?
- Wat zijn de gedragsreacties van coffeeshopbezoekers bij het invoeren van een aantal maatregelen?

## **1.2 Onderzoeksopzet**

Voor het onderzoek zijn verschillende werkzaamheden uitgevoerd, te weten: tellingen van het aantal bezoekers van de coffeeshop en enquêtes met bezoekers van de coffeeshop. De tellingen en enquêtes zijn op dezelfde wijze uitgevoerd als in de voorgaande meting.<sup>6</sup> In totaal zijn op verschillende dagen en tijdstippen 91 tellingen van één kwartier verricht en zijn 190 coffeeshopbezoekers ondervraagd. In bijlage 1 wordt een uitgebreidere beschrijving van de methodiek besproken.

## **1.3 Leeswijzer**

De volgende paragraaf behandelt de resultaten van de tellingen van de coffeeshopbezoekers. In de derde paragraaf worden de resultaten van de enquête weergegeven, waarbij de volgende drie onderwerpen aan bod komen: kenmerken, koopgedrag en gedragsreacties van de coffeeshopbezoekers. In beide paragrafen worden de resultaten van najaar 2009 vergeleken met die van 2007 en van het voorjaar 2009. De laatste paragraaf gaat in op de conclusies die uit deze meting kunnen worden getrokken.

---

<sup>6</sup> Bieleman, B., R. Nijkamp (2009) Coffeeshopbezoekers Terneuzen: Voorjaar 2009. St. INTRAVAl, Groningen-Rotterdam.

## 2. AANTALLEN

In deze paragraaf wordt ingegaan op de resultaten van de tellingen van de coffeeshopbezoekers in Terneuzen in 2007 en in het voor- en najaar van 2009. Bij de coffeeshop zijn in september en oktober 2009 gedurende tien dagen (week en weekend) op verschillende tijdstippen (van 12 uur 's middags tot 22 uur 's avonds) tellingen uitgevoerd van het aantal bezoekers dat de coffeeshop betrad om hasj of wiet te kopen.<sup>7</sup> De tellingen zijn op dezelfde wijze uitgevoerd als in de metingen in 2007<sup>8</sup> en in het voorjaar van 2009<sup>9</sup>.

Gemiddeld bezoeken in september 2009 per dag 600 bezoekers de coffeeshop in Terneuzen (zie tabel 2.1), ongeveer 4.200 per week. Het aantal coffeeshopbezoekers in Terneuzen is toegenomen. In het voorjaar van 2009 lag het totaal aantal bezoekers van de coffeeshop in Terneuzen per dag gemiddeld op 470, terwijl in het najaar van 2009 600 bezoekers de coffeeshop bezoeken, een toename van 28%.

Tabel 2.1 Geschat gemiddeld aantal coffeeshopbezoekers in Terneuzen in 2007 en 2009

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
Geschat aantal bezoekers	2.600 <sup>10</sup>	470	600

<sup>7</sup> De coffeeshop in Terneuzen heeft twee verdiepingen. Op de begane grond is een zitgedeelte, terwijl op de eerste verdieping softdrugs worden verkocht. Alleen de bezoekers die de trap betreden zijn geteld. Er wordt vanuit gegaan dat deze bezoekers softdrugs kopen. Dubbeltellingen komen niet voor, omdat met een vingerafdrukscan wordt gecontroleerd dat coffeeshopbezoekers slechts één keer per dag softdrugs kopen.

<sup>8</sup> Bieleman, B., H. Naayer (2007) Onderzoek coffeeshops Terneuzen. St. INTRAVAl, Groningen Rotterdam.

<sup>9</sup> Bieleman, B., R. Nijkamp (2009) Coffeeshopbezoekers Terneuzen: Voorjaar 2009. St. INTRAVAl, Groningen Rotterdam.

<sup>10</sup> De betrouwbaarheidsmarges kunnen worden berekend met de volgende formule:  $Z \times \sqrt{p(1-p)/N}$ . Indien we rekening houden met betrouwbaarheidsmarges kwamen er in 2007 tussen de 2.450 en 2.750 bezoekers naar de coffeeshops in Terneuzen, waarvan er in maart 2009 tussen de 440 en 500 zijn overgebleven. In het najaar van 2009 komen er tussen 570 en 630 bezoekers naar de coffeeshops in Terneuzen.

### 3. ENQUÊTE

In deze paragraaf worden de resultaten van de enquête onder coffeeshopbezoekers behandeld. De resultaten van het najaar van 2009 zijn vergeleken met die van 2007 en die van het voorjaar van 2009. Allereerst wordt ingegaan op de kenmerken van de bezoekers van de coffeeshop in Terneuzen. Het tweede deel bespreekt het koopgedrag van de coffeeshopbezoekers. Tot slot komen gedragsreacties bij mogelijke maatregelen aan de orde.

#### 3.1 Kenmerken

In de enquête onder coffeeshopbezoekers is onder andere de herkomst van de respondenten gevraagd. Van bezoekers die niet wilden meedoen aan de enquête is de herkomst bepaald op basis van de verschillende accenten. De coffeeshop in Terneuzen trekt in het najaar van 2009 bijna evenveel Nederlandse, Belgische en Franse bezoekers als in het voorjaar van 2009 (zie tabel 3.1). Van de Nederlandse bezoekers komen de meeste uit Terneuzen. De herkomst van de huidige coffeeshopbezoekers in het najaar van 2009 blijkt dus niet te zijn veranderd ten opzichte van het voorjaar van 2009.

Tabel 3.1 (Geschatte) herkomst van aangesproken bezoekers (respons en non-respons zijn samengevoegd), in aantal en %

	Voorjaar 2007		Voorjaar 2009		Najaar 2009	
	n	%	n	%	n	%
Nederland	57	17	89	26 <sup>+</sup>	115	28
België	131	40	196	58 <sup>+</sup>	218	53
Frankrijk	137	42	31	9 <sup>-</sup>	29	7
Elders	2	1	7	2	14	3
Onbekend	2	1	13	4	32	8
Totaal	329	100	336	100	408	100

+ significante stijging ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

- significante daling ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

Evenals in 2007 is in de enquête in het najaar van 2009 gevraagd naar de afstand tussen de woonplaats van de coffeeshopbezoekers en de coffeeshop in Terneuzen. In de meting van het voorjaar 2009 is dit niet specifiek gevraagd. In 2007 legden de bezoekers gemiddeld 90 kilometer af naar de coffeeshop, terwijl in het najaar van 2009 de bezoekers gemiddeld op 60 kilometer van Terneuzen wonen.<sup>11</sup> Meer dan de helft van de geënquêteerde bezoekers (63%) woont op minder dan 50 kilometer afstand van Terneuzen. In het najaar van 2009 komen er verhoudingsgewijs meer respondenten uit Terneuzen (16%) en Zeeuws-Vlaanderen (8%) dan in het voorjaar van 2009 (respectievelijk 9% en 2%).

<sup>11</sup> Hieronder zijn geen bezoekers die woonachtig zijn in Bergen op Zoom of Roosendaal.

Vrijwel alle Franse en Belgische bezoekers komen met de auto naar de coffeeshop (respectievelijk 95% en 96%). Van de Nederlandse bezoekers komt 54% met de auto, de overige Nederlandse bezoekers komen voornamelijk met de fiets (28%) of te voet (13%).

### **3.2 Koopgedrag**

Het coffeeshopbezoek van de respondenten is in het najaar van 2009 niet erg veranderd ten opzichte van het voorjaar van 2009. Alleen het aantal bezoekers dat één keer per week hasj of wiet koopt in Terneuzen is afgenomen van 23% naar 13%.

De helft (51%) van de respondenten koopt ook wel eens softdrugs bij andere verkooppunten. Bijna drie tiende (29%) van de bezoekers die elders hasj of wiet kopen doet dat één keer per week of vaker, terwijl anderen dat één tot drie keer per maand (32%) of minder dan eens per maand (37%) doen.

Goes, Breda en Vlissingen worden evenals in het voorjaar van 2009 vaak genoemd als steden in Nederland waar de respondenten softdrugs kopen. Het aantal coffeeshopbezoekers dat hasj en wiet koopt bij Belgische of Franse verkooppunten is afgenomen van 16% in het voorjaar van 2009 naar 5% in het najaar van 2009. Slechts 1% van de respondenten zegt in najaar 2009 thuis softdrugs te kweken, tegenover 6% in voorjaar 2009. Ook het kopen van softdrugs van vrienden is afgenomen, van 24% naar 15%.

Een klein aantal bezoekers (6%) kocht voorheen wel eens softdrugs in de coffeeshops in Bergen op Zoom of Roosendaal, maar niet in Terneuzen. Minder dan een tiende (8%) kocht in zowel Bergen op Zoom of Roosendaal als in Terneuzen. Een grote meerderheid van de respondenten (84%) kocht nooit hasj en wiet in Bergen op Zoom en Roosendaal.

### **3.3 Gedragsreacties**

Bijna twee vijfde (38%) van de respondenten zou geen softdrugs meer kopen in de gedoogde coffeeshop in Terneuzen als het verplicht wordt giraal te betalen. Een derde (32%) van de coffeeshopbezoekers zou er niet meer kopen als je er nog maar 2 gram softdrugs kunt halen. Meer dan een tiende (12%) zou niet meer naar de coffeeshop in Terneuzen gaan als er een pasjessysteem wordt ingevoerd waarop alle Zeeuwse coffeeshops zijn aangesloten en waardoor het moeilijker zou zijn om bij meerdere coffeeshops op één dag softdrugs te kopen.



## 4. CONCLUSIES

Om de aard en omvang van de bezoekers van de coffeeshop in Terneuzen in het najaar van 2009 te bepalen, zijn door bureau INTRAVAL tellingen uitgevoerd van het aantal bezoekers. Tevens zijn 190 enquêtes afgenomen onder bezoekers van de coffeeshop.

- **Aantal coffeeshopbezoekers toegenomen met 28%**

Gemiddeld bezoeken in het najaar van 2009 per dag 600 kopende bezoekers de coffeeshop in Terneuzen, terwijl dat aantal in het voorjaar van 2009 op 470 lag. Dit is mogelijk voor een deel te verklaren door de 14% van de bezoekers die voorheen wel eens softdrugs in Bergen op Zoom of Roosendaal kocht.

- **Afstand woonplaats tot coffeeshop Terneuzen gemiddeld 60 kilometer**

In vergelijking met 2007 leggen de coffeeshopbezoekers minder grote afstanden af om de coffeeshop in Terneuzen te bezoeken. De gemiddelde afstand van de woonplaats van de bezoekers tot de coffeeshop is afgenomen van 90 kilometer in 2007 tot 60 kilometer in het najaar van 2009. Bijna twee derde van de bezoekers (63%) woont op minder dan 50 kilometer afstand van Terneuzen.

- **Bezoekers kopen minder bij illegale verkooppunten**

Het aantal coffeeshopbezoekers dat hasj en wiet koopt bij Belgische of Franse verkooppunten is afgenomen van 16% in het voorjaar van 2009 naar 5% in het najaar van 2009. Het kopen van softdrugs van vrienden is afgenomen van 24% naar 15%.

- **14% van de bezoekers kocht voorheen wel eens in Bergen op Zoom of Roosendaal**

Van de coffeeshopbezoekers kocht 14% voorheen wel eens softdrugs in Bergen op Zoom of Roosendaal, waarvan 6% toen de coffeeshop in Terneuzen nog niet bezocht. De meerderheid (84%) is nooit in de coffeeshops in Bergen op Zoom of Roosendaal geweest.

- **Giraal betalen zorgt voor grootste afname in coffeeshopbezoek**

Als het verplicht wordt giraal te betalen in de gedoogde coffeeshop in Terneuzen zou 38% van de bezoekers er geen softdrugs meer kopen. Een derde (32%) zou wegblijven als er nog maar 2 gram gehaald kan worden, terwijl 12% van de bezoekers zegt geen hasj en wiet meer te kopen in Terneuzen als er een pasjessysteem wordt ingevoerd waarop alle Zeeuwse coffeeshops zijn aangesloten.

## BIJLAGE 1 METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING

In week 39, 40 en 41 van september en oktober 2009 zijn bij de coffeeshop in Terneuzen op verschillende dagen (week en weekend) en tijdstippen tellingen uitgevoerd van het aantal bezoekers. Bij de coffeeshop zijn gedurende tien dagen 91 tellingen van één kwartier verricht. Per dag zijn gemiddeld op negen verschillende momenten (van openings- tot sluitingstijd) tellingen verricht. Op basis van deze tellingen is een schatting van het aantal coffeeshopbezoekers gemaakt. Bij steekproefonderzoek dient rekening te worden gehouden met betrouwbaarheidsmarges. De betrouwbaarheidsmarges zijn berekend met de volgende formule:  $Z \times \sqrt{p(1-p)/N}$ .<sup>12</sup>

In dezelfde periode zijn korte enquêtes afgenomen onder de bezoekers van de coffeeshop. De respondenten zijn op een aselechte wijze benaderd op verschillende dagen en tijdstippen. Op deze manier is een goede dwarsdoorsnede van de coffeeshopbezoekers in Terneuzen verkregen. In totaal zijn 190 bezoekers geënuquêteerd. Tabel 1 laat een overzicht van het aantal enquêtes per weekdeel en per dagdeel zien.

Tabel 1 Aantal enquêtes per weekdeel en per dagdeel, in aantal en %

	n	%
Maandag t/m vrijdag	100	53
Zaterdag-zondag	90	47
Totaal	190	100
Middag	123	65
Avond	67	35
Totaal	190	100

### Methode

Bij de ingang van de coffeeshop zijn op verschillende momenten gedurende één kwartier de naar binnengaande bezoekers geteld. De coffeeshop in Terneuzen heeft twee verdiepingen. Op de eerste verdieping worden softdrugs verkocht en het is daar niet mogelijk voor bezoekers om te zitten. Op de begane grond bevinden zich de bar en een gelegenheid om te zitten en te roken. Alleen de bezoekers die de trap betraden om softdrugs te kopen zijn geteld. Bezoekers die slechts het rookgedeelte van de coffeeshop betraden en geen softdrugs kochten op de eerste verdieping zijn niet geteld.

De enquêtes zijn onder toezicht van één van de onderzoekers afgenomen door Belgische criminologen, die zowel vloeiend Nederlands als vloeiend Frans spreken. Voor een verhoging van de respons is in de introductie direct verteld dat de gegevens anoniem worden behandeld en dat de antwoorden in de uiteindelijk rapportage niet tot personen herleidbaar zijn. In totaal zijn 170 enquêtes in het Nederlands afgenomen, terwijl 20 bezoekers in het Frans zijn geënuquêteerd. Tabel 2 geeft een overzicht van de nationaliteit van de respondenten. In totaal hebben 125 Belgen meegedaan met de enquête, 19 Fransen en 46 Nederlanders.

<sup>12</sup> Significantieniveau van  $\alpha = 0,05$ , N staat voor steekproefomvang.

Tabel 2 Nationaliteit van de respondenten, in aantal en %

Nationaliteit	n	%
Nederlands	46	24
Belgisch	125	66
Frans	19	10
Totaal	190	100

### Respons enquête

Tijdens de dataverzameling is tevens de respons bijgehouden. In totaal zijn 408 bezoekers aangesproken, waarvan 190 bezoekers hebben meegewerkt aan de enquête, een respons van 47%. Van de bezoekers die niet wilden meewerken is een aantal achtergrondkenmerken genoteerd. Op basis van verschillende accenten hebben de Belgische enquêteurs de nationaliteit van de weigeraars bepaald.

Tabel 3 Nationaliteit van de respons en non-respons

	Respons		Non-respons		Totaal	
	n	%	n	%	n	%
Nederlands	50	26	65	30	115	28
Belgisch	120	63	98	45	218	53
Frans	19	10	10	5	29	7
Anders	0	0	14	6	14	3
Onbekend	1	1	31	14	32	8
Totaal	190	100	218	100	408	100

De bezoekers die niet wilden meewerken aan de enquête noemden vooral ‘geen tijd’ als reden (zie tabel 4). Deze bezoekers wilden na hun aankoop zo spoedig mogelijk de coffeeshop verlaten en zeiden geen tijd te hebben om mee te doen aan een enquête.

Tabel 4 Redenen voor non-respons, in aantal en %

	n	%
Geen tijd	98	45
Geen zin/ interesse	79	36
Taalbarrière <sup>13</sup>	33	15
Andere redenen	8	4
Totaal	218	100

<sup>13</sup> Hiertoe behoort onder andere een groep Duitse coffeeshopbezoekers die op vakantie was in Zeeuws Vlaanderen. Daarnaast heeft een aantal coffeeshopbezoekers met een Marokkaanse en Turkse etniciteit aangegeven de Nederlandse of Franse taal niet voldoende te beheersen om mee te doen aan de enquête.

## BIJLAGE 2 TABELLEN

In bijlage 2 worden de resultaten van de enquête onder coffeeshopbezoekers behandeld. Ze worden afgezet tegen die van de meting in 2007<sup>14</sup> en in het najaar van 2009<sup>15</sup>. Om na te gaan of hierbij sprake is van daadwerkelijke verschillen is gekeken of de verschillen statistisch significant zijn, dat wil zeggen dat ze niet op toeval berusten. Dit betekent dat in sommige gevallen de percentages tussen beide metingen weliswaar verschillen, maar dat ze te gering zijn om van betrouwbare, daadwerkelijk statistisch significante verschillen te kunnen spreken. Voor het berekenen van de significantie is gebruik gemaakt van chi-kwadraat-toetsen.

### A. Koopgedrag

Tabel 5 Hoe vaak koop je hasj of wiet in Terneuzen? in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	(n=158)	(n=161)	(n=190)
Dagelijks	3	5	6
2 à 3 keer per week	13	8	13
1 keer per week	34	23 <sup>-</sup>	13 <sup>-</sup>
2 à 3 keer per maand	30	13 <sup>-</sup>	16
1 keer per maand	13	22 <sup>+</sup>	15
Minder dan 1 keer per maand	6	17 <sup>+</sup>	25
Eerste keer dat ik hier koop	0	6 <sup>+</sup>	5
Anders / wil niet zeggen	1	6 <sup>+</sup>	7
Totaal	100	100 <sup>16</sup>	100

+ significante stijging ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

- significante daling ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

Tabel 6 Koop je naast de coffeeshop in Terneuzen ook wel eens hasj of wiet bij andere verkooppunten? in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	(n=158)	(n=161)	(n=190)
Ja	56	57	51
Nee	44	40	48
Weet niet/wil niet zeggen	-	3	1
Totaal	100	100	100

<sup>14</sup> Bieleman, B., H. Naayer (2007) Onderzoek coffeeshops Terneuzen. St. INTRAVAl, Groningen-Rotterdam.

<sup>15</sup> Bieleman, B., R. Nijkamp (2009) Coffeeshopbezoekers Terneuzen: Voorjaar 2009. St. INTRAVAl, Groningen-Rotterdam.

<sup>16</sup> Door afronding tellen categorieën niet altijd op tot 100%.

Tabel 7 Hoe vaak koop je hasj of wiet bij andere verkooppunten? in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	<i>n.g.</i> <sup>17</sup>	<i>n.g.</i>	(n=97) <sup>18</sup>
Dagelijks			3
2 à 3 keer per week			9
1 keer per week			17
2 à 3 keer per maand			11
1 keer per maand			21
Minder dan 1 keer per maand			37
Anders / wil niet zeggen			2
Totaal			100

Tabel 8 Zo ja, waar doe je dat dan? *Meerdere antwoorden mogelijk*, in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	(n=158)	(n=161)	(n=190)
Coffeeshop in een andere plaats in Nederland	34	30	33
In een ander (niet gedoogd) verkooppunt elders in Nederland	1	2	3
<i>Waarvan in Terneuzen</i>	<i>n.g.</i> <sup>19</sup>	1	2
In een ander verkooppunt in België of Frankrijk	20	16	5
Ik kweek thuis hasj of wiet	3	6	1
Ik koop het van vrienden	40	24	15

- significante daling ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

Tabel 9 Andere steden waar men cannabis/softdrugs koopt (*meerdere antwoorden mogelijk*), in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	(n=51)	(n=48)	(n=61)
Goes	4	42 <sup>+</sup>	61
Breda	37	21	20
Vlissingen	17	21	26
Roosendaal	24	8	10
Maastricht	19	6	5
Amsterdam	15	4	7
Rotterdam	6	0	3
Bergen op Zoom	6	0	3
Hulst	4	0	0
Tilburg	0	0	7

+ significante stijging ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

- significante daling ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

<sup>17</sup> Deze vraag is niet gesteld in de metingen van 2007 en voorjaar 2009.

<sup>18</sup> Deze vraag is alleen gesteld aan de respondenten die hebben aangegeven wel eens hasj en wiet bij andere verkooppunten te kopen.

<sup>19</sup> In 2007 is niet specifiek gevraagd naar niet-gedoogde verkooppunten in Terneuzen.

Tabel 10 Kocht je voorheen wel eens softdrugs in coffeeshops in Bergen op Zoom of Roosendaal? in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	<i>n.g.</i> <sup>20</sup>	<i>n.g.</i>	(n=190)
Ja, maar niet in Terneuzen			6
Ja, maar ook in Terneuzen			8
Nee, nog nooit			84
Onbekend/ wil niet zeggen			2
<b>Totaal</b>			<b>100</b>

## B. Kenmerken

Tabel 11 Waar ben je woonachtig? in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	(n=158)	(n=161)	(n=190)
<b>Nederland</b>			
Gemeente Terneuzen	6	9	16
Elders in Zeeuws-Vlaanderen	<i>n.g.</i>	2	8 <sup>+</sup>
Elders in Nederland	2	2	1
<b>België</b>	53	73	66
<b>Frankrijk</b>	39	12 <sup>-</sup>	10
<b>Elders of onbekend</b>	0	3 <sup>+</sup>	0 <sup>-</sup>
<b>Totaal</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

+ significante stijging ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

- significante daling ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

Tabel 12 Afstand tussen woonplaats coffeeshopbezoekers en coffeeshop Terneuzen, in aantal en %

	Voorjaar 2007		Voorjaar 2009	Najaar 2009	
	n	%	<i>n.g.</i> <sup>21</sup>	n	%
0-50 km	53	34		120	63 <sup>+</sup>
51-100 km	46	29		45	24
101-200 km	55	35		17	9 <sup>-</sup>
201 km en verder	3	2		6	3
Onbekend	1	1		2	1
<b>Totaal</b>	<b>158</b>	<b>100</b>		<b>190</b>	<b>100</b>
<b>Gemiddeld aantal km<sup>22</sup></b>	<b>90</b>			<b>60<sup>-</sup></b>	

+ significante stijging tussen 2007 en najaar 2009,  $p < 0,05$

- significante daling tussen 2007 en najaar 2009,  $p < 0,05$

<sup>20</sup> Deze vraag is niet gesteld in de metingen van 2007 en voorjaar 2009.

<sup>21</sup> In de meting van het voorjaar van 2009 is deze vraag niet gesteld.

<sup>22</sup> Het gemiddeld aantal kilometers is afgerond op tientallen.

Tabel 13 Hoe is de reis naar de coffeeshop door de bezoeker afgelegd? in %

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	(n=158)	(n=161)	(n=190)
Te voet	2	1	4
Met fiets	2	4	8
Met brommer/scooter	1	2	1
Met auto	94	88	86
Met openbaar vervoer	1	2	2
Anders/onbekend	0	3	0
Totaal	100	100	100

- significante daling ten opzichte van vorige meting,  $p < 0,05$

### C. Gedragsreacties

Tabel 13 Percentage respondentent dat het (helemaal) eens is met de stelling: Ik zou geen softdrugs meer kopen in de gedoogde coffeeshop in Terneuzen... (meerdere antwoorden mogelijk)

	Voorjaar 2007	Voorjaar 2009	Najaar 2009
	<i>n.g.</i> <sup>23</sup>	<i>n.g.</i>	(n=190)
...als je nog maar 2 gram softdrugs in de coffeeshop kunt kopen.			32
...als er een pasjessysteem wordt ingevoerd waarop alle Zeeuwse coffeeshops zijn aangesloten. Hierdoor is het moeilijker om bij meerdere coffeeshops op één dag softdrugs te kopen.			12
...als het wordt verplicht om giraal te betalen			38

<sup>23</sup> Deze vraag is niet gesteld in de metingen van 2007 en voorjaar 2009.

## COLOFON

© St. INTRAVAL

Postadres :  
Postbus 1781  
9701 BT Groningen  
E-mail [info@intraval.nl](mailto:info@intraval.nl)

[www.intraval.nl](http://www.intraval.nl)

Kantoor Groningen:  
Sint Jansstraat 2C  
Telefoon 050 - 313 40 52  
Fax 050 - 312 75 26

Kantoor Rotterdam:  
Goudsesingel 86  
Telefoon 010 - 425 92 12  
Fax 010 - 476 83 76

December 2009

*Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.*

Auteurs: Drs. B. Bieleman, drs. R. Nijkamp, A. Buit-Minnema Msc.  
Opmaak: A. Buit-Minnema Msc.  
Druk: Repro GMW  
Opdrachtgever: Gemeente Terneuzen