



Shops in zicht

Een inventarisatie voor het
Tilburgse coffeeshopbeleid

R. Mennes
J. van der Molen
B. Bieleman

Breuer
ONDERZOEK & INTRAVAL
ADVIES



Shops in zicht

Een inventarisatie voor het Tilburgse coffeeshopbeleid

Januari 2019

Colofon

©Breuer&Intraval

Januari 2019

Tekst:	R. Mennes, J. van der Molen, B. Bieleman
Opmaak:	M. Haaijer
Opdrachtgever:	Gemeente Tilburg
ISBN:	978 90 8874 268 2



INHOUDSOPGAVE

	Pagina
1 Inleiding	1
1.1 Doel van het onderzoek	1
1.2 Onderzoeksvragen	1
1.3 Onderzoeksopzet- en activiteiten	2
1.4 Leeswijzer	5
2 Coffeeshopbezoek	7
2.1 Omvang	7
2.2 Aard	8
2.3 Spreiding	11
2.4 Scenario I-criterium	12
3 Beleving openbare ruimte	15
3.1 Tevredenheid buurt	15
3.2 Overlast	15
3.3 Houding ten aanzien van coffeeshops	17
3.4 Pilot I-criterium	19
4 Conclusies	21
4.1 Algemene bevindingen	21
4.2 Cluster A: shops in en voor de wijk	22
4.3 Cluster B: twee bekende en goedbezochte shops	23
4.4 Cluster C: combinatie van A en B	24





1. INLEIDING

In opdracht van de gemeente Tilburg heeft onderzoek- en adviesbureau Breuer&Intraval de stand van zaken rondom de Tilburgse coffeeshops geïnventariseerd. In dit inleidende hoofdstuk beschrijven we de achtergrond van het onderzoek, presenteren we de probleemstelling en onderzoeksvragen en behandelen we de opzet van het onderzoek. Het hoofdstuk sluit af met een leeswijzer.

1.1 Doel van het onderzoek

Eind 2018 zijn in de gemeente Tilburg 11 coffeeshops gevestigd, hetgeen gelijk is aan het maximaal aantal toegestane coffeeshops in de gemeente. Bij de gemeente is de behoefte ontstaan om de situatie rondom deze coffeeshops in kaart te (laten) brengen. Met deze informatie wil de gemeente richting geven aan haar toekomstige coffeeshopbeleid. Zij heeft onderzoek- en adviesbureau Breuer&Intraval opdracht gegeven een onderzoek uit te voeren waarmee de gewenste informatie wordt verkregen.

Het doel van het onderzoek is het inzichtelijk maken van de situatie met betrekking tot het Tilburgse coffeeshopbeleid. In de eerste plaats is daarvoor inzicht nodig in de aard en omvang van het bezoek aan de Tilburgse coffeeshops. Hoeveel bezoekers komen er naar de coffeeshops? Met welk vervoersmiddel reizen zij naar de coffeeshops af? En wat is hun reden om voor deze coffeeshop te kiezen?

Daarnaast is de beleving van de openbare ruimte door omwonenden, omwerkenden en passanten van belang voor de toekomstige inrichting van het Tilburgse coffeeshopbeleid. Hoe ervaren zij de directe omgeving van de coffeeshops in de gemeente Tilburg? Is daar sprake van onwenselijke situaties? Zo ja, zijn deze gerelateerd aan de coffeeshop of aan andere voorzieningen?

1.2 Onderzoeksvragen

Op basis van bovenstaande kunnen de volgende onderdelen en daarbij behorende onderzoeksvragen worden geformuleerd:

1. Coffeeshopbezoek

- a. Wat is de aard, omvang en spreiding van het coffeeshopbezoek in Tilburg?
- b. Wat zijn de kenmerken van de bezoekers van de coffeeshops?

2. Beleving openbare ruimte

- a. Hoe ervaren omwonenden, omwerkenden en passanten de openbare ruimte in de directe omgeving van de coffeeshops en wat is/zijn daarvan de reden(en)?
- b. In hoeverre speelt de aanwezigheid van coffeeshops en/of andere voorzieningen een rol bij de beleving van de openbare ruimte door omwonenden, omwerkenden en passanten?



3. Aanbod

- Hoe verhoudt het huidige aanbod van coffeeshops zich tot de lokale vraag naar cannabisproducten?
- In hoeverre is er sprake van een spreiding van coffeeshops over de gemeente gezien de lokale vraag en situatie?
- Welke gevolgen hebben veranderingen in het coffeeshopbeleid voor de afstemming tussen vraag en aanbod?

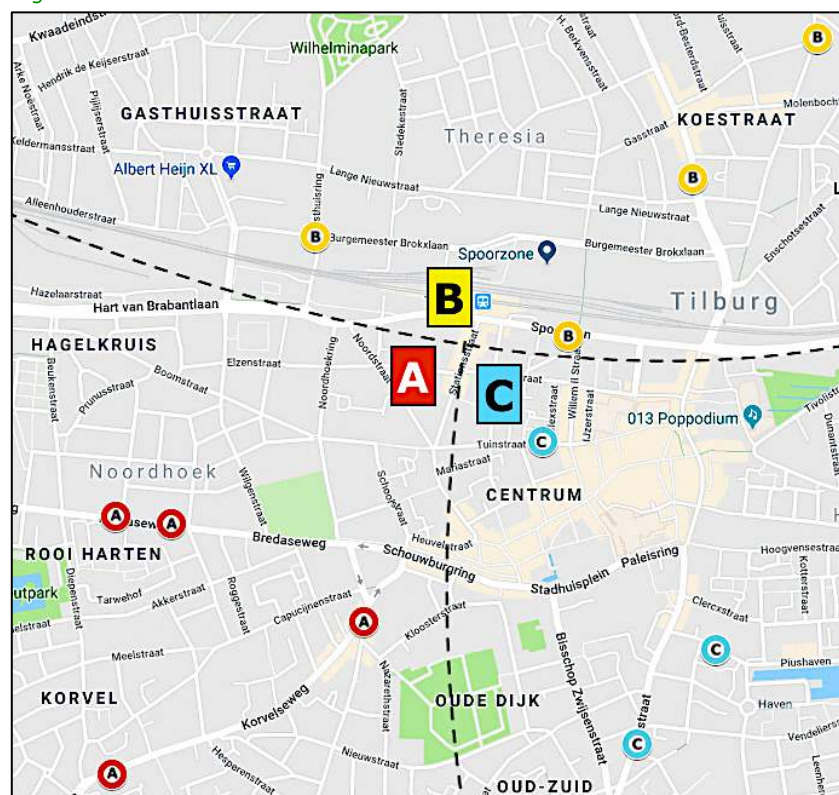
1.3 Onderzoekopzet- en activiteiten

Hieronder beschrijven we de door ons gehanteerde onderzoekopzet en -methoden om tot beantwoording van de onderzoeksvragen te komen. Het onderzoek kent drie fasen: 1. onderscheiden onderzoeksclusters; 2. veldwerk; en 3. expertmeting.

Ad 1. Onderscheiden onderzoeksclusters

Om inzicht te verkrijgen in de spreiding van het coffeeshopbezoek over Tilburg is het van belang dat alle 11 coffeeshops in het onderzoek worden meegenomen. Omwille van de doorlooptijd en de beschikbare middelen is er in samenspraak met de opdrachtgever voor gekozen om de coffeeshops te clusteren.¹ In totaal zijn drie onderzoeksclusters (A, B en C) onderscheiden (zie figuur 1.1).

Figuur 1.1 Onderscheiden onderzoeksclusters



¹ De onderzoeksresultaten zullen op het niveau van de clusters (en niet op het niveau van de coffeeshops) worden gepresenteerd. Bevindingen op coffeeshopniveau zullen alleen worden vermeld indien zij van belang zijn voor de interpretatie van de resultaten.



Totstandkoming clusters

De clusters zijn tot stand gekomen door eerst een indeling te maken op basis van de geografische ligging van de shops. Coffeeshops die dicht bij elkaar zijn gevestigd werden in hetzelfde cluster ondergebracht. Vervolgens is gekeken naar 'afbakeningen' in de infrastructuur. Het treinspoor bleek zo'n afbakening te zijn. Er is onderscheid gemaakt in de coffeeshops ten noorden en de coffeeshops ten zuiden daarvan. Eén coffeeshop die oorspronkelijk bij cluster C zou worden ingedeeld - omdat deze ten zuiden van het spoor is gevestigd - is na overleg met de gemeente ingedeeld bij cluster B (ten noorden van het spoor). De reden hiervoor is dat de coffeeshop qua klantenkring en dienstverlening beter vergelijkbaar is met de coffeeshops in cluster B dan die in cluster C.

Cluster A

Cluster A omvat het gebied ten zuidwesten van het centrum. Hier zijn vier coffeeshops (Crackers, Pasja, Maximilian en Level²) gevestigd; twee (afhaaloketten) aan de Bredaseweg en twee (met zitgelegenheid) aan de Korvelseweg. De Bredaseweg is een brede doorgaande weg met veel verkeer en doorkruist twee woonwijken. De twee coffeeshops liggen dicht naast elkaar en worden voornamelijk gebruikt als verkooploket. De Korvelseweg is een straat met veel winkels en horecagelegenheden. Aan het begin van de straat is een klein park en een supermarkt. Deze shops liggen wat verder uit elkaar, aan het begin en einde van de straat. Deze coffeeshops hebben een rookruimte die er voor zorgt dat bezoekers wat langer in de shop blijven.

Cluster B

Cluster B omvat het gebied ten noorden van het spoor. Hier zijn vier coffeeshops (Caza, Grasscompany, Toermalijn en Shiva) gevestigd. Eén van de shops ligt in het westen van het cluster wat afgelegen van de andere drie. Deze shop is omringd door enkele kantoorpanden, een studentenflat en een grote supermarkt. Twee van de coffeeshops in dit cluster bevinden zich in de woonwijk 'Koestraat' in het noordoosten van de stad. De ene shop ligt aan de drukke Besterdring tegenover een supermarkt met een parkeerplaats, de ander ligt wat verderop in de woonwijk. De laatste shop in dit cluster is tegenover het station gevestigd. Het betreft een relatief grote coffeeshop met zitgelegenheid waar naast het kopen van cannabisproducten ook kan worden gegeten.

Cluster C

Cluster C omvat het centrumgebied en het gebied ten zuidoosten daarvan. Hier zijn drie coffeeshops (De Muze, Africa en Ochtendgloren) gevestigd. Eén van de shops ligt in het centrum aan de Tuinstraat. Het betreft een druk gebied met weinig parkeergelegenheid. De andere twee coffeeshops zitten net buiten het centrum in een woonwijk, waarvan één tegenover een parkeerplaats.

Ad 2. Veldwerk

Vervolgens hebben we in elk van de drie clusters veldwerk verricht. Hierbij worden alle activiteiten op locatie in de openbare ruimte uitgevoerd. Hierdoor wordt een beeld verkregen dat goed overeenkomt met hoe gebruikers van de openbare ruimte de situatie ervaren. We hebben in de drie clusters het aantal coffeeshopbezoeken geteld alsmede enquêtes afgenomen onder zowel coffeeshopbezoekers als omwonenden, omwerkenden

² Tijdens de dataverzamelingsperiode is deze coffeeshop gesloten.



en passanten. De onderzoeksactiviteiten zijn in september 2018 op verschillende dagen en tijdstippen (ochtend, middag en avond) uitgevoerd. Het weer was goed (gemiddelde temperatuur van 22C° en geen neerslag) en er waren geen bijzondere festiviteiten in Tilburg ten tijde van de dataverzameling. Hieronder lichten we de onderzoeksactiviteiten nader toe.

a. Tellingen coffeeshopbezoeken: Om tot een goede afspiegeling van het Tilburgse coffeeshopbezoek op stadsniveau te komen, hebben we in totaal 250 tellingen verricht van het aantal coffeeshopbezoeken. Bij tien van de 11 coffeeshops is 25 keer (vijf keer per dag gedurende vijf dagen) vijf minuten geteld.³ Het tellen heeft op verschillende dagen (zowel doordeweeks als in het weekend) en tijdstippen (van 's ochtends tot en met 's avonds) plaatsgevonden. Door de tellingen te spreiden is een representatief beeld van het aantal coffeeshopbezoeken verkregen. Bij het tellen hebben de onderzoekers gebruik gemaakt van een 'handteller-app' en een 'dataverzamelings-app' om tel- en invoerfouten te minimaliseren.

b. Enquêtes coffeeshopbezoekers: De tellingen zijn gecombineerd met enquêtes onder coffeeshopbezoekers. Hiermee is informatie verkregen over de aard van het coffeeshopbezoek. Er is gebruikt gemaakt van een gestructureerde face-to-face vragenlijst die in ongeveer 10 minuten kon worden afgenomen. De enquête bevat onder andere vragen over achtergrondkenmerken, bezoekfrequentie, wijze van vervoer en koopgedrag van bezoekers. Daarnaast zijn ook enkele vragen gesteld over het Ingezetenencriterium (I-criterium). In totaal zijn verdeeld over de drie clusters 226 coffeeshopbezoekers geënquêteerd (75 in A; 76 in B; en 75 in C). De coffeeshopbezoekers zijn op aselechte wijze op verschillende dagen en tijdstippen benaderd om een goede dwarsdoorsnede van de bezoekers te verkrijgen.

c. Enquêtes omwonenden, omwerkenden en passanten: Om zicht te krijgen op beleving van de directe omgeving van de coffeeshops zijn eveneens enquêtes afgenomen bij omwonenden, omwerkenden en passanten. Daarin is gevraagd in welke mate zij (verschillende vormen van) overlast ervaren in de buurt, wie of wat daarvan de oorzaak is en hoe vaak dit voorkomt. Het kan bijvoorbeeld gaan om verkeersoverlast, geluidsoverlast, rondhangende personen en vernielingen. Als respondenten dergelijke vormen van overlast noemen, is gericht doorgevraagd om te achterhalen waaraan zij deze overlast relateren. Er zijn in totaal 226 respondenten face-to-face geënquêteerd verdeeld over de drie clusters (75 in A; 76 in B; en 75 in C). Ook hier geldt dat de onderzoekers de respondenten op aselechte wijze en op verschillende dagen en tijdstippen hebben benaderd om een goede dwarsdoorsnede te verkrijgen.

d. Veldwerknotities: Naast het verrichten van de tellingen en het afnemen van de enquêtes zijn door de onderzoekers ook verslagen bijgehouden waarin zij hun eigen waarnemingen vastleggen. Deze zogenoemde veldwerknotities geven in het algemeen een goede impressie van de sfeer in de directe omgeving van de coffeeshops. Hierbij kan gedacht worden aan de verkeerssituatie, hoe de interactie tussen personen op straat verloopt en welke eventuele geluiden en geuren waarneembaar zijn. Door de

³ Eén coffeeshop is tijdens de dataverzameling gesloten. De tellingen zijn bij deze coffeeshop derhalve niet uitgevoerd. Voor het ontbreken van deze tellingen is gecorrigeerd bij de analyses.



veldwerknootjes zijn we in staat om een beschrijving van de directe omgeving van de coffeeshops te geven en de context te schetsen waarbinnen de meer cijfermatige ontwikkeling (tellingen en enquêtes) kunnen worden geïnterpreteerd.

Ad 3. Expertmeeting

Vervolgens is een expertmeeting gehouden, waarin we met medewerkers van gemeente en politie de eerste resultaten hebben besproken. Aan de expertmeeting hebben in totaal tien personen deelgenomen; zes werkzaam bij de gemeente en vier bij de politie. Vooraf hebben de deelnemers een agenda toegestuurd gekregen met de te behandelen onderwerpen. Per onderwerp zijn tijdens de bijeenkomst eerst de resultaten kort toegelicht, alvorens enkele opvallende bevindingen betreffende dat onderwerp te bespreken. De deelnemers gingen vervolgens - onder leiding van de onderzoekers - met elkaar in discussie over welke implicaties de onderzoeksresultaten zouden kunnen hebben voor de toekomstige inrichting van het Tilburgse coffeeshopbeleid. De opbrengsten van de expertmeeting zijn vastgelegd in een kort verslag, dat na afloop ter verificering ook is teruggekoppeld naar de deelnemers.

1.4 Leeswijzer

Na dit inleidende hoofdstuk volgen twee resultaat hoofdstukken. In hoofdstuk twee gaan we in op de aard en omvang van het bezoek aan de Tilburgse coffeeshops in de drie clusters. In het derde hoofdstuk staat de beleving van de openbare ruimte door omwonenden, omwerkenden en passanten centraal. In het vierde afsluitende hoofdstuk trekken we conclusies die uit de resultaten naar voren komen.





2. COFFEESHOPBEZOEK

In dit hoofdstuk bespreken we de aard en omvang van het coffeeshopbezoek in Tilburg. Allereerst behandelen we de omvang van het coffeeshopbezoek. Vervolgens bespreken we de aard van het coffeeshopbezoek door een beeld te schetsen van de bezoekers. Daarbij gaan we in op de achtergrondkenmerken van de bezoekers en de redenen die zij hebben om de coffeeshop te bezoeken. Tot slot besteden we aandacht aan de spreiding van het coffeeshopbezoek over de gemeente en de pilot I-criterium.

2.1 Omvang

Om een indicatie te krijgen van de omvang van het Tilburgse coffeeshopbezoek is het aantal coffeeshopbezoeken in de verschillende clusters geteld. De tellingen vonden plaats op verschillende dagen (zowel doordeweeks als in het weekend) en tijdstippen (zowel 's ochtends als 's avonds). In totaal zijn 250 tellingen verricht (respectievelijk 75, 100 en 75 in clusters A, B en C). Aan de hand hiervan is het gemiddeld aantal bezoekers van de coffeeshops per jaar per cluster geschat. In figuur 2.1 zijn de schattingen en de bijbehorende betrouwbaarheidsmarges weergegeven voor alle drie clusters.¹

De belangrijkste bevindingen over de omvang van het coffeeshopbezoek zijn als volgt:

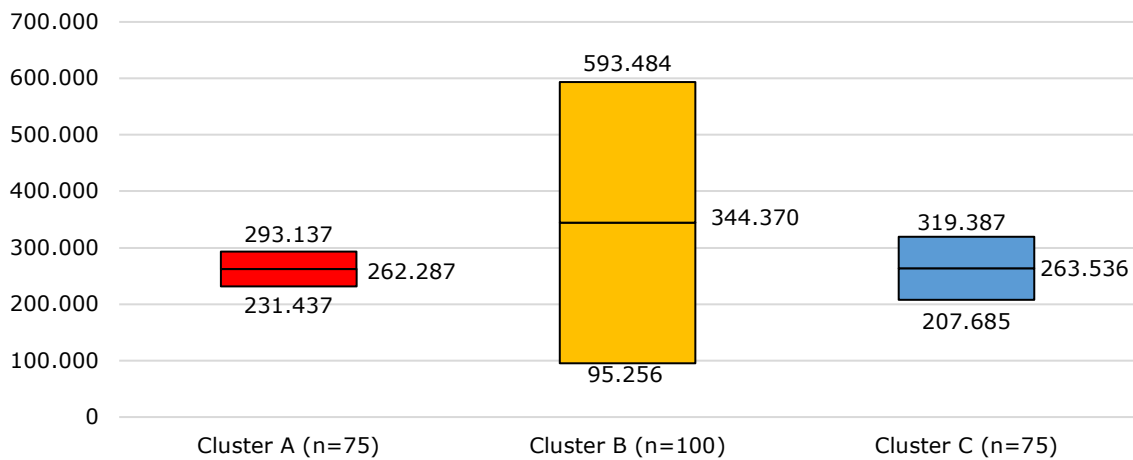
- De meeste Tilburgse coffeeshops trekken gemiddeld zo'n 250.000 bezoekers per jaar per coffeeshop. Dat is hoger dan het gemiddelde voor de zuidelijke provincies dat zo rond de 210.000 per jaar per coffeeshop ligt.²
- In **cluster A** schatten we het aantal bezoekers per coffeeshop tussen 231.437 en 293.137 per shop per jaar. Het betrouwbaarheidsinterval valt smal uit, omdat de afzonderlijke schattingen voor de vier coffeeshops dichtbij elkaar liggen; op basis van de tellingen trekken alle vier de coffeeshops in cluster A ongeveer evenveel bezoekers.
- In **cluster B** valt de schatting hoger uit. Hier schatten we het aantal bezoekers per coffeeshop per jaar tussen 95.256 en 593.484. De reden voor het ruime betrouwbaarheidsinterval is dat de coffeeshops binnen het cluster sterk verschillen qua bezoekersaantallen. Twee van de vier coffeeshops (dichtbij het centrum) trekken relatief veel bezoekers in vergelijking met de twee andere shops. Eén van de shops in cluster B (wat verder uit het centrum) trekt daarentegen een relatief laag bezoekersaantal ten opzichte van de andere Tilburgse shops. De andere coffeeshop in dit cluster (in een woonwijk) trekt ongeveer evenveel bezoekers als de shops in gebied A en C.
- In **cluster C** ligt de schatting ongeveer op hetzelfde niveau als in cluster A. Het aantal bezoekers per coffeeshop schatten we tussen de 207.685 en 319.387 per jaar. Het betrouwbaarheidsinterval rondom het gemiddelde valt iets ruimer uit dan in cluster A, omdat één van de drie coffeeshops in dit cluster een iets hoger aantal bezoekers trekt dan de andere twee.

¹ Het aantal bezoekers ligt met 95% zekerheid binnen deze betrouwbaarheidsmarges.

² Het betreft een door ons berekend gemiddelde op basis van meerdere landelijke en regionale coffeeshoponderzoeken.



Figuur 2.1 Schatting van het aantal coffeeshopbezoeken, per jaar, per coffeeshop, per cluster met bijbehorende betrouwbaarheidsintervallen ($\alpha = 0,05$), in absolute aantallen (N=250)



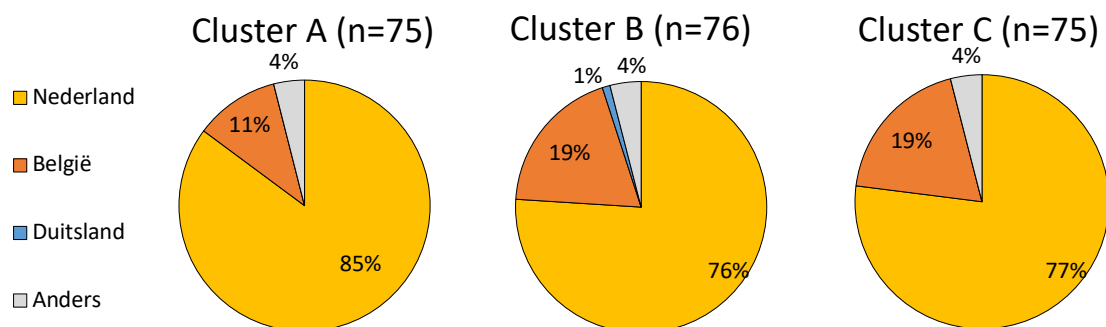
2.2 Aard

Om de aard van het coffeeshopbezoek in kaart te brengen zijn, verdeeld over de drie clusters, in totaal 226 bezoekers van de Tilburgse coffeeshops geënquêteerd. De bevraagde coffeeshopbezoekers zijn voornamelijk mannen (82%) en de gemiddelde leeftijd ligt rond de 30 jaar.

Woonplaats

- Het merendeel van de bezoekers van de Tilburgse coffeeshops woont in Nederland. Het gaat in totaal om 80% van de ondervraagde bezoekers. In cluster A ligt het aantal bezoekers dat in Nederland woont met 85% iets hoger dan in de clusters B (76%) en C (77%) (figuur 2.2).
- Uit bovenstaande volgt dat 20% van de coffeeshopbezoekers niet in Nederland woonachtig is. Deze niet-ingezetenen komen hoofdzakelijk uit België (16%). De coffeeshops in clusters B en C trekken verhoudingsgewijs meer buitenlandse bezoekers dan die in cluster A. In B en C gaat het om respectievelijk 24% en 23% van de respondenten, terwijl dit in cluster A 15% bedraagt.
- Zo'n vier procent van de bezoekers valt in de categorie 'anders'. Het gaat hier voornamelijk om arbeidsmigranten en studenten die nog ingeschreven staan in het land van herkomst, maar in Nederland verblijven.

Figuur 2.2 Land waar coffeeshopbezoekers woonachtig zijn, per cluster, in % (N=226)

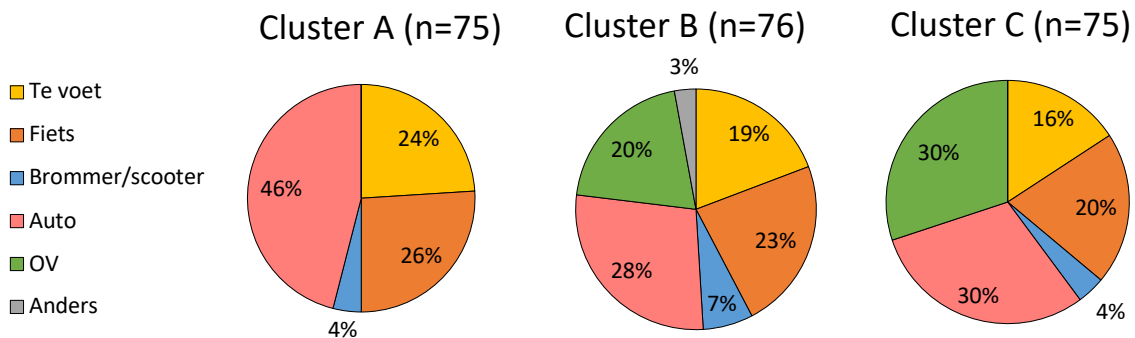




Vervoersmiddel

- Een relatief groot aantal coffeeshopbezoekers komt met de auto naar de coffeeshop (figuur 2.3). In cluster A is dit percentage bezoekers het hoogst (46%). In cluster B bedraagt dit percentage 28% en in cluster C 30%.
- In cluster B en C komt ook een belangrijk deel van de bezoekers met het openbaar vervoer; respectievelijk 20% en 30%. Deze clusters liggen meer in en rond het centrum van Tilburg en zijn ook makkelijker met het openbaar vervoer te bereiken. De bezoekers in cluster A komen daarentegen niet of nauwelijks met het openbaar vervoer.
- In de verschillende clusters komt een kwart tot een vijfde van de bezoekers met de fiets; 26% in cluster A, 23% in cluster B en 20% in cluster C.

Figuur 2.3 Vervoersmiddel om naar de coffeeshop te komen, per cluster, in % (N=226)



Redenen bezoek

Aan coffeeshopbezoekers is ook gevraagd wat hun reden is om de coffeeshop waar zij zijn geënquêteerd te bezoeken. Het betreft een open vraag; er zijn geen antwoord-categorieën voorgelezen. De antwoorden zijn naderhand door de onderzoekers in categorieën ondergebracht. De resultaten zijn weergegeven in figuur 2.4.

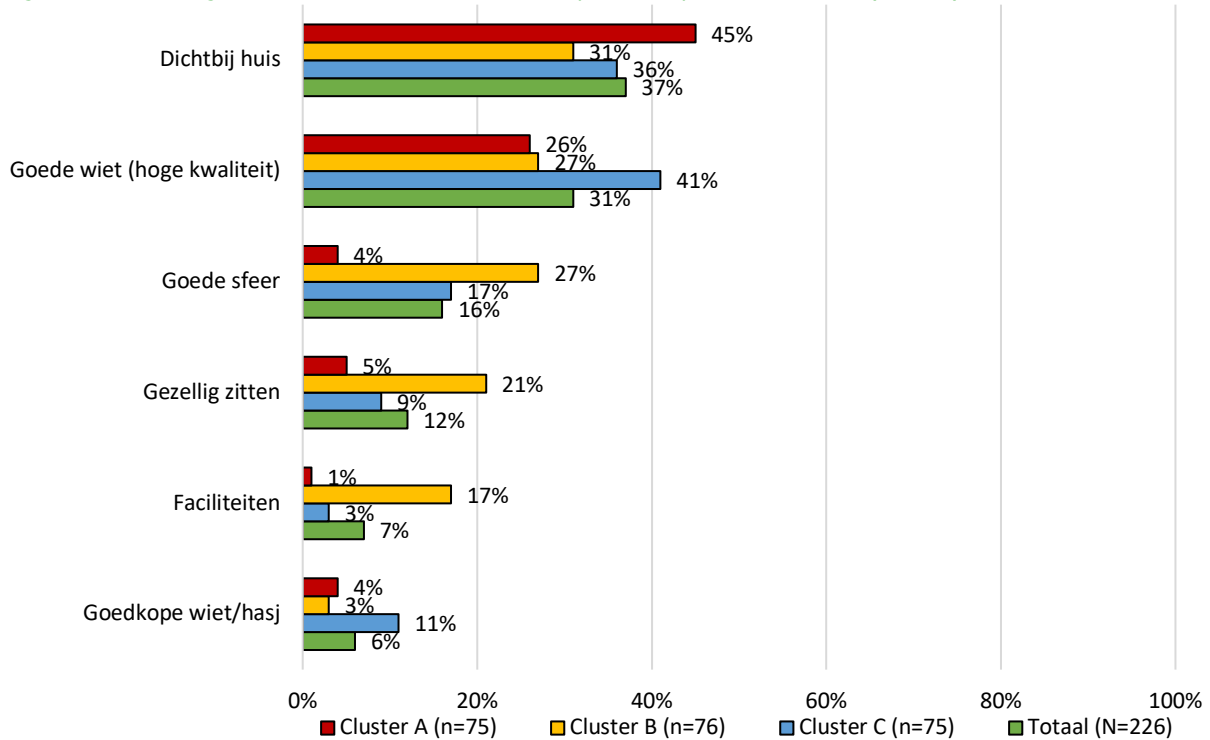
De belangrijkste bevindingen zijn:

- De meest genoemde reden voor het bezoeken van de Tilburgse coffeeshops is dat de shop dichtbij het huis van de respondent is (37%). In cluster A is dit percentage met 45% verhoudingsgewijs hoger dan in de andere clusters. Het zijn vooral de coffeeshops in dit cluster die voornamelijk bezoekers uit de buurt trekken. Ook lijkt de kwaliteit van de aangeboden cannabisproducten een rol te spelen in cluster A. Dit wordt door 26% van de bezoekers als reden voor het coffeeshopbezoek genoemd.
- In cluster B komen de bezoekers, meer dan in de andere clusters, af op de goede sfeer in de shops (27%) en het feit dat men er gezellig kan zitten (21%). Voor de twee drukbezochte coffeeshops bij het centrum geldt dat de bezoekers tevens hier naar komen vanwege de goede kwaliteit wiet (27%) en de aanwezige faciliteiten (17%). Met 'faciliteiten' lijken zij met name te doelen op het feit dat je in de coffeeshop tegenover het station ook kunt eten.
- In cluster C geven bezoekers, meer dan in de andere clusters, aan dat zij naar de coffeeshops komen voor de hoge kwaliteit van de cannabisproducten (41%) en de (verhoudingsgewijs) lage prijs (11%). Uit een nadere analyse blijkt dat deze



antwoorden vooral betrekking hebben op één coffeeshop in dit cluster. De shop heeft een goede naam wat betreft de prijs-kwaliteit verhouding van de aangeboden producten.

Figuur 2.4 Meeste genoemde redenen voor coffeeshopbezoek, per cluster, in % (N=226)



Verblijf

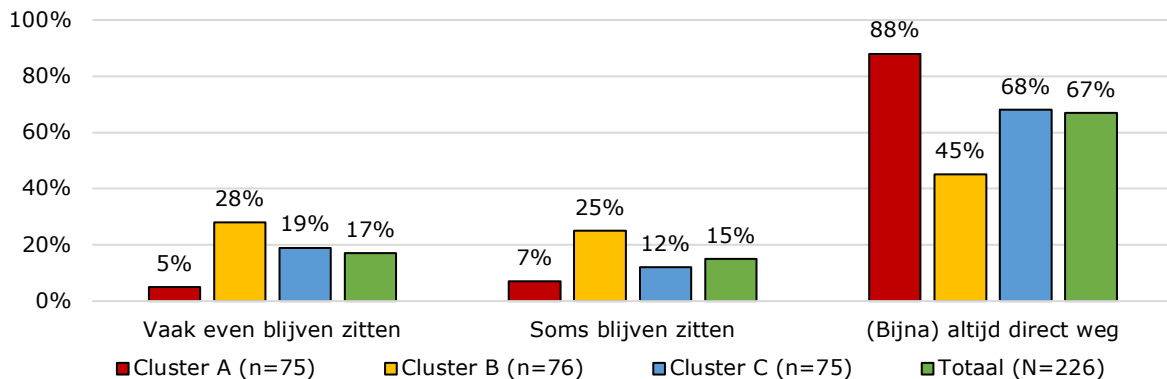
Dat de coffeeshops in de verschillende clusters andersoortige bezoekers trekken blijkt ook uit de antwoorden op de vraag wat zij doen na aankoop van cannabisproducten in de coffeeshops. Zij hebben aangegeven of zij doorgaans meteen weggaan na de aankoop van softdrugs of dat ze (vaak) nog even blijven zitten in de shop. De resultaten zijn weergegeven in figuur 2.5.

De belangrijkste bevindingen zijn:

- Over het algemeen blijven de bezoekers van de coffeeshops niet lang in de shop zitten. Van het totaal aantal respondenten gaat 67% (bijna) altijd direct weg na hun aankoop.
- In cluster A is dit percentage het hoogst (88%). De coffeeshops in dit cluster fungeren voornamelijk als afhaaloket waar bezoekers alleen komen om wat te kopen. Bezoekers van de coffeeshops in dit cluster blijven het minst vaak zitten in de shop. Gecombineerd met de reden lijkt het er op dat de coffeeshops in cluster A meer bezoekers uit de buurt bedienen die dichtbij huis snel softdrugs willen kopen.
- In cluster B kiezen de bezoekers de coffeeshop onder andere uit voor de goede sfeer en het gezellig kunnen zitten. Dit is ook te zien aan het percentage bezoekers dat soms of vaak blijft zitten in de coffeeshop, respectievelijk 25% en 28%. Dit lijkt voornamelijk het geval bij twee coffeeshops in het cluster die meer faciliteiten bieden en bekend staan om de goede sfeer.



Figuur 2.5 Aantal coffeeshopbezoekers dat vaak of soms even blijven zitten of (bijna) altijd gelijk weer weggaan na de aankoop van hasj of wiet in de coffeeshop, in % (N=226)



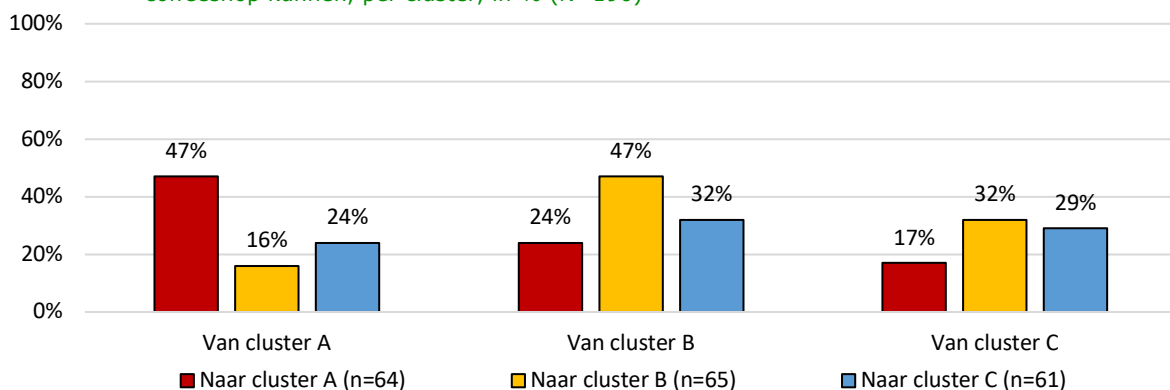
2.3 Spreiding

Om een idee te krijgen van de bezoekersstromen van coffeeshops en de spreiding over de stad is aan bezoekers de hypothetische situatie voorgelegd dat zij in de coffeeshop waar zij zijn geënquêteerd geen softdrugs meer zouden kunnen kopen. Vervolgens is hen de open vraag gesteld wat zij in dat geval zouden doen. Een groot deel van de ondervraagden (190 van de 226; 84%) geven aan in dat geval naar een andere Tilburgse coffeeshop te zullen gaan. Vervolgens is gevraagd naar welke coffeeshop. De resultaten zijn weergegeven in figuur 2.6.

De belangrijkste bevindingen zijn:

- De bezoekers uit **cluster A** geven aan in dit geval naar een andere coffeeshop in hetzelfde cluster te gaan. Dit is in lijn met de voornaamste reden die zij noemen voor het coffeeshopbezoek, namelijk dat het dichtbij huis is. Coffeeshops in de andere twee clusters volgen op gepaste afstand.
- In **cluster B** geeft eveneens het grootste deel van de bezoekers aan naar een andere coffeeshop in hetzelfde cluster te gaan. In vergelijking met cluster A worden coffeeshops uit de andere twee clusters vaker genoemd.
- In **cluster C** zegt het grootste deel van de bezoekers, dat zij naar een coffeeshop in cluster B zouden gaan, gevolgd door coffeeshops uit hetzelfde cluster. De coffeeshops uit cluster A worden beduidend minder vaak als alternatief genoemd.

Figuur 2.6 Naar welke andere coffeeshop respondenten zouden gaan als ze niet meer naar hun eigen coffeeshop kunnen, per cluster, in % (N=190)





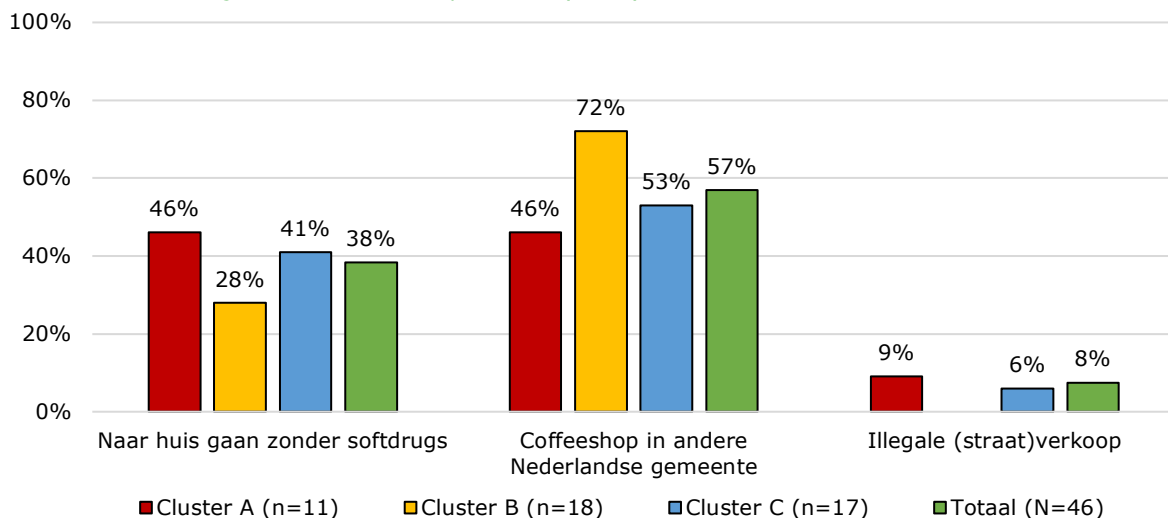
2.4 Scenario I-criterium

Tevens is aan coffeeshopbezoekers die niet-ingezetenen van Nederland zijn de hypothetische situatie voorgelegd dat zij in geen enkele coffeeshop in Tilburg softdrugs meer zouden kunnen kopen. Hiermee is het scenario geschetst van actieve handhaving van het Ingezetenen criterium (I-criterium). Ook hier is de vraag gesteld wat bezoekers zouden doen als dit het geval zou zijn. De resultaten zijn weergegeven in figuur 2.7.

De belangrijkste bevindingen zijn:

- Van de ondervraagde niet-ingezetenen zou het grootste deel van de respondenten (57%) naar een coffeeshop in een andere Nederlandse gemeente gaan als zij geen toegang meer zouden hebben tot de shops in Tilburg. Van deze niet-ingezetenen zegt 44% Eindhoven, terwijl 11% Breda als alternatief noemt.
- Het lijkt er in het algemeen op dat niet-ingezetenen van Nederland het afreizen naar een andere gemeente (om daar 'legaal' softdrugs te kunnen kopen) verkiezen boven het illegaal op straat kopen van softdrugs. Het percentage dat dit laatste aangeeft is met 8% namelijk beduidend lager.
- In cluster B zouden niet-ingezetenen coffeeshopbezoekers voornamelijk naar een andere Nederlandse gemeente gaan voor het kopen van softdrugs. Dit percentage bedraagt in dat cluster 72%. Het percentage respondenten dat naar huis zou gaan zonder softdrugs te kopen is in dit cluster juist lager dan in de andere clusters (28%).

Figuur 2.7 Wat niet ingezetenen van Nederland zouden doen wanneer ze in geen enkele Tilburgse coffeeshop softdrugs zouden kunnen kopen, in % (N=46)

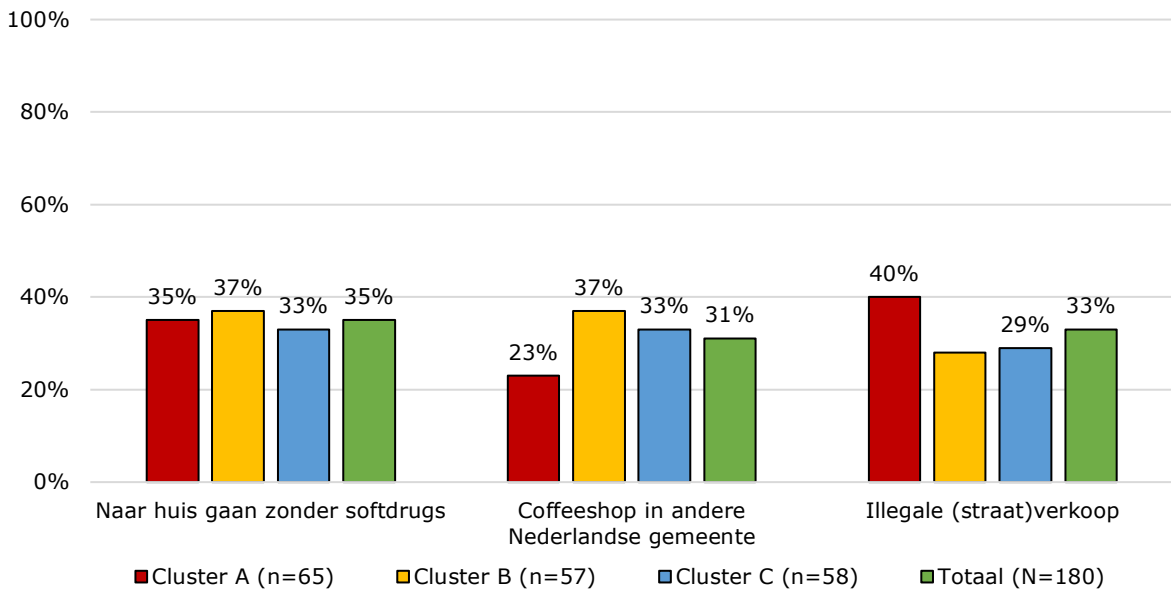


Ingezetenen

Bovenstaande vraag is ook aan ingezetenen van Nederland gesteld. Daarmee is aan hen het scenario voorgelegd dat er in Tilburg geen aanbod van softdrugs vanuit coffeeshops meer zou zijn. De resultaten zijn weergegeven in figuur 2.8. Uit de antwoorden van de ingezetenen blijkt dat, in vergelijking met de niet-ingezetenen (zie figuur 2.7), een beduidend groter deel zegt gebruik te gaan maken van de illegale (straat)verkoop. Het gaat om 33% van de ingezetenen, versus 8% van de niet-ingezetenen.



Figuur 2.8 Wat ingezetenen van Nederland zouden doen wanneer ze in geen enkele Tilburgse coffeeshop softdrugs zouden kunnen kopen, in % (N=180)







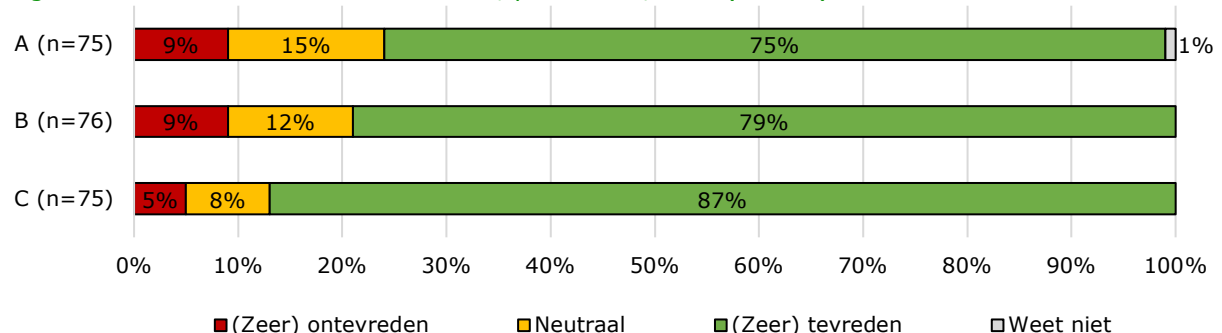
3. BELEVING OPENBARE RUIMTE

In dit hoofdstuk gaan we in op de beleving van de openbare ruimte in de directe omgeving van de Tilburgse coffeeshops door omwonenden, omwerkenden en passanten. Allereerst bespreken we de tevredenheid over de buurt en vormen van overlast die door de respondenten worden ervaren. Vervolgens besteden we specifiek aandacht aan de verkeerssituatie en enkele aspecten gerelateerd aan coffeeshops en middelengebruik.

3.1 Tevredenheid buurt

Over het algemeen zijn de respondenten in de drie clusters (zeer) tevreden over de buurt waarin zij wonen. Het gaat om respectievelijk 75%, 79% en 87% (figuur 3.1). Dat omwonenden, omwerkenden en passanten tevreden zijn over de buurt komt ook naar voren in het rapportcijfer dat zij geven. Ze waarderen de buurt in de clusters A, B en C met respectievelijk een 7,0, 7,3 en 7,5.

Figuur 3.1 Tevredenheid over de buurt, per cluster, in % (N=226)



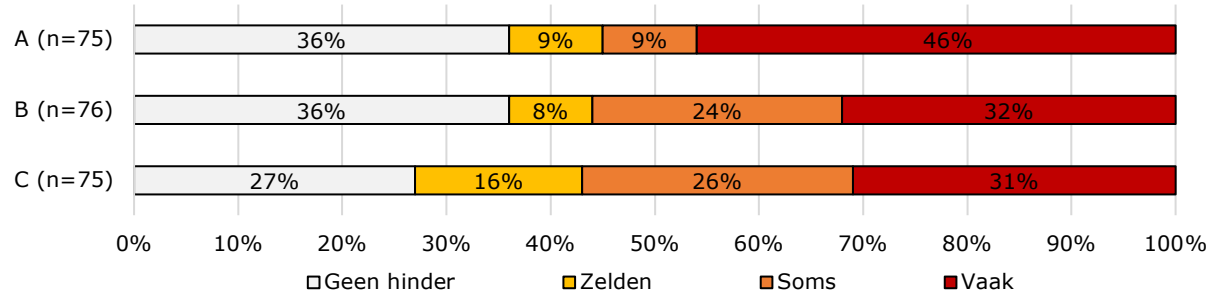
Tijdens het veldwerk blijkt dat er per cluster verschillende redenen zijn waarom omwonenden tevreden zijn over hun buurt. In cluster A geven zij vaker aan de buurt simpelweg 'leuk' of 'gezellig' te vinden, terwijl in cluster B vaker de ligging in de buurt van het centrum als reden voor tevredenheid wordt genoemd. In cluster C worden beide redenen genoemd.

3.2 Overlast

Aan respondenten is ook gevraagd of zij in het afgelopen jaar in de buurt ergens hinder c.q. overlast van hebben ondervonden. In de clusters A en B heeft 64% wel eens ergens hinder van ondervonden, terwijl het in cluster C om 73% van de respondenten gaat (figuur 3.2). Het percentage respondenten dat 'vaak' overlast ervaart is in cluster A groter dan in de andere twee clusters. Waar het in cluster A om 46% van de respondenten gaat, betreft het in cluster B en C respectievelijk 32% en 31% van de ondervraagden.



Figuur 3.2 Mate van ervaren overlast in het afgelopen jaar, per cluster, in % (N=226)

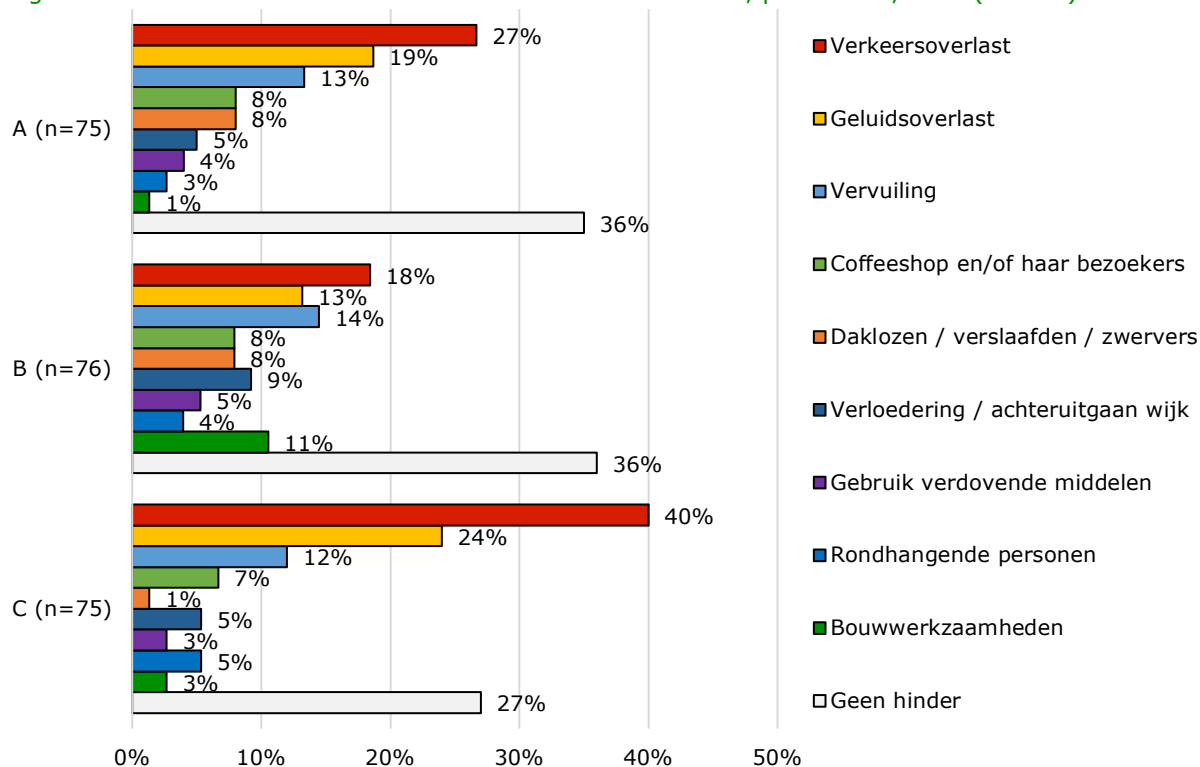


Aan respondenten die aangeven overlast te hebben ervaren is vervolgens gevraagd waarvan zij hinder hebben ondervonden. Bij het stellen van deze vraag hebben we de respondenten spontaan laten antwoorden; er zijn dus geen antwoordcategorieën voorgelezen. Naderhand zijn de antwoorden door de onderzoekers ondergebracht in categorieën. De resultaten zijn weergegeven in figuur 3.3. Voor alle drie clusters geldt dat de meeste antwoorden kunnen worden ondergebracht in de categorieën verkeer (tussen de 27% en 40%), geluid (tussen de 13% en 24%) en vervuiling (tussen de 12% en 14%). Tussen de 7% en 8% van de respondenten relateert de overlast expliciet aan de coffeeshops in het cluster.

De aard van de overlast verschilt enigszins per cluster. De belangrijkste bevindingen per cluster zijn:

- In **cluster A** geeft 27% van de respondenten aan verkeersoverlast te ervaren. Het gaat hier met name om drukke verkeerssituaties en agressief rijgedrag. Hierdoor ontstaan volgens de ondervraagden opstoppingen en onveilige situaties. Daarnaast rapporteren zij (algemene) geluidsoverlast (18%) en overlast door vervuiling (13%). Met laatstgenoemde doelen de respondenten op afval dat blijft liggen in de parken in het gebied. In 8% van de antwoorden wordt de overlast mede gerelateerd aan de coffeeshops in cluster A. De respondenten geven aan dat bezoekers wel eens foutparkeren en dat zij afval (waaronder wietzakjes) achterlaten nadat zij in het park hebben geblowd.
- In **cluster B** (dat een groter deel van het centrum omvat) gaat het qua verkeersoverlast om een combinatie van vormen. De respondenten die hier hinder van ondervinden (18%) geven aan dat het gaat om verkeersopstoppingen, foutparkeren en te hard rijden. Over het algemeen geven zij aan dat de verkeersproblematiek het resultaat is van toegenomen drukte in het centrumgebied in combinatie met de bouwwerkzaamheden rond het station. De aantrekkingskracht van de coffeeshops op softdrugsgebruikers lijkt ook een rol te spelen, hetzij in minder mate. De bouwwerkzaamheden komen in 13% van de antwoorden terug als bron van overlast, terwijl in 7% van de antwoorden de verkeersproblematiek expliciet aan de coffeeshops in cluster B wordt gerelateerd.
- In **cluster C**, waar 40% van de respondenten verkeersoverlast zegt te ervaren, gaat het vrijwel uitsluitend om parkeerproblematiek. Er wordt door omwonenden hinder ondervonden als gevolg van een gebrek aan parkeerplekken. In cluster C noemt 7% van de respondenten expliciet de coffeeshop als bron van overlast. In al deze gevallen horen we van respondenten dat de aanwezigheid van de coffeeshop in hun optiek bijdraagt aan de parkeerproblemen, vanwege de aantrekkingskracht op softdrugsgebruikers die doorgaans met de auto komen.

Figuur 3.3 Door omwonenden ervaren vormen van overlast, per cluster, in % (N=226)¹



3.3 Houding ten aanzien van coffeeshops

Aan de omwonenden, omwerkenden en passanten zijn tevens specifiek vragen gesteld over de coffeeshops in de drie clusters. Zo is gevraagd hoe negatief dan wel positief zij zijn over de coffeeshops in het gebied. De resultaten zijn weergegeven in figuur 3.4.

De belangrijkste bevindingen zijn:

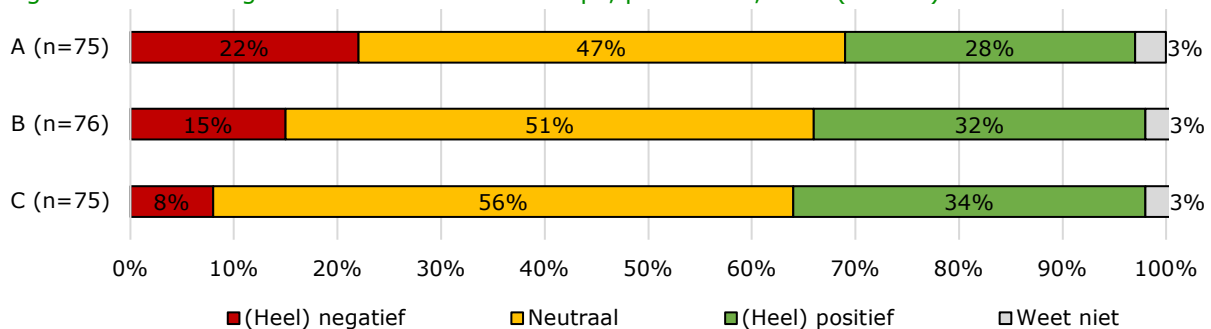
- Voor alle drie clusters geldt dat het grootste deel van de respondenten neutraal tegenover de coffeeshops staat. Het gaat in clusters A, B en C om respectievelijk 47%, 51% en 56%. Deze respondenten geven aan geen last te hebben van de coffeeshops of zelfs niet te merken dat deze in de buurt zijn gevestigd.
- In clusters A, B en C geeft respectievelijk 28%, 32% en 34% van de respondenten aan (zeer) positief te zijn over de coffeeshops. De strekking van de antwoorden is hetzelfde voor de drie clusters. Deze respondenten zijn van mening dat het goed is dat er coffeeshops zijn, omdat zo wordt voorkomen dat softdrugsgebruikers zich zullen wenden tot de illegale straathandel. Ook maken enkele van deze respondenten positieve opmerkingen over portiers bij coffeeshops die klanten aanspreken op ongewenst gedrag.
- Het kleinste deel van de respondenten is (zeer) negatief over de coffeeshops. Het gaat om respectievelijk 22%, 15% en 8% in de clusters A, B en C. Er zijn enkele verschillen

¹ Met uitzondering van de categorie 'coffeeshop en/of haar bezoekers' worden deze vormen van overlast niet expliciet gerelateerd aan de coffeeshops in de onderzoeksclusters.



tussen de clusters wat betreft de redenen waarom respondenten negatief zijn. In cluster A, waar in vergelijking met de andere clusters de meeste respondenten negatief zijn, zeggen respondenten dat de coffeeshops in hun buurt veel verkeer aantrekken met alle gevolgen van dien. De reden hiervoor zou zijn dat het om afhaaloketten gaat waar geen mogelijkheid is om te blijven zitten. In cluster B noemen respondenten voornamelijk de aantrekkingskracht die coffeeshops hebben op softdrugsgebruikers als reden voor de negatieve houding. Hierdoor is het volgens hen (te) druk in het gebied. In cluster C is de negatieve houding van respondenten gekoppeld aan de parkeeroverlast die zij zeggen te ervaren als gevolg van de aanwezigheid van de coffeeshops.

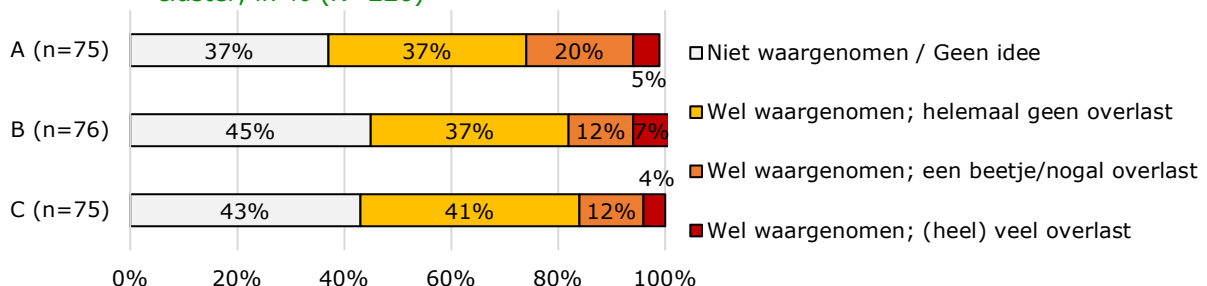
Figuur 3.4 Houding ten aanzien van coffeeshops, per cluster, in % (N=226)



Aan coffeeshops gerelateerde fenomenen

Tevens is de respondenten in de drie clusters gevraagd of enkele (mogelijk aan coffeeshops gerelateerde) fenomenen in hun woon- of werkomgeving voorkomen. Het eerste bevraagde fenomeen is een wietlucht rondom de coffeeshops. Uit figuur 3.5 blijkt dat in de clusters A, B en C respectievelijk 62%, 56% en 57% van de respondenten aangeeft dit wel eens te ruiken. Niet al deze respondenten ervaren hier echter overlast van. Het percentage respondenten dat overlast ervaart van de wietlucht betreft respectievelijk 25%, 19% en 16% in de drie clusters.

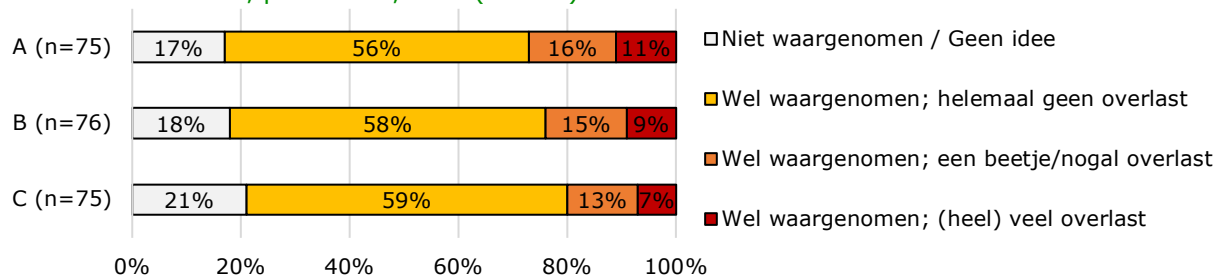
Figuur 3.5 Aantal respondenten dat wel eens een wietlucht rondom coffeeshops ruikt, per cluster, in % (N=226)



Een soortgelijk patroon vinden we voor het fenomeen 'blowende mensen op straat' (figuur 3.6). De meeste respondenten geven aan dat dit wel voorkomt in hun directe woon- of werkomgeving (respectievelijk 83%, 82% en 79% in cluster A, B en C), maar ook hier geldt dat de meesten van hen aangeven er geen overlast van te ervaren (respectievelijk 56%, 58% en 59%).



Figuur 3.6 Aantal respondenten dat wel eens blowende mensen op straat ziet en overlast ervaart, per cluster, in % (N=226)

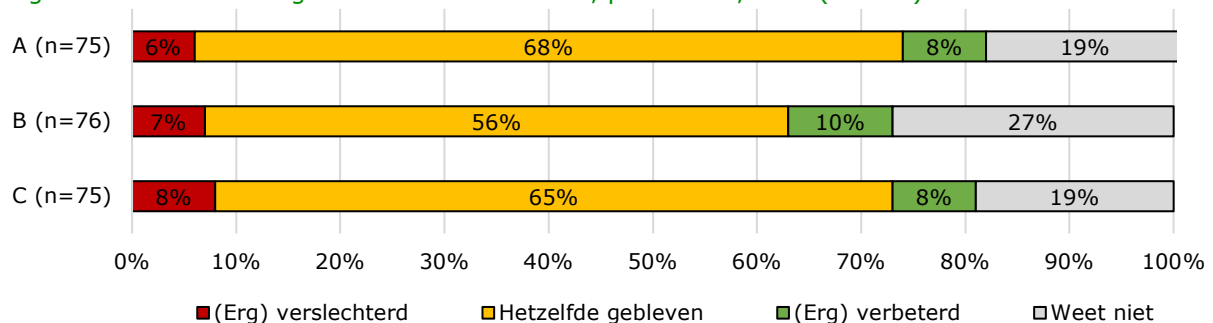


3.4 Pilot I-criterium

Sinds maart 2018 hebben niet-ingezetenen op grond van de pilot Ingezetenen criterium (I-criterium) weer toegang tot de Tilburgse coffeeshops. Het I-criterium wordt momenteel bij wijze van proef niet actief gehandhaafd. Aan omwonenden is expliciet gevraagd of zij vinden dat de situatie rondom de coffeeshops sinds maart 2018 is verslechterd, verbeterd of hetzelfde is gebleven. De resultaten zijn weergegeven in figuur 3.7.

- De grootste groep respondenten in alle drie clusters (respectievelijk 68%, 56% en 65%) geeft aan dat de situatie in hun ogen hetzelfde is gebleven. Als we vragen om een onderbouwing van dit antwoord zeggen respondenten simpelweg niets te hebben gemerkt van de maatregel. Enkelen van hen merken op tevens niet bekend te zijn met het feit dat de handhaving van het I-criterium tijdelijk is losgelaten.
- De strekking van het antwoord van de de respondenten die aangeven niet te weten of er iets is veranderd (respectievelijk 19%, 27% en 19%) is nagenoeg hetzelfde. Ook van deze respondenten geeft de meerderheid als onderbouwing van hun antwoord aan niet bekend te zijn met de invoering van de pilot I-criterium.
- Het kleinste deel van de respondenten zegt dat de situatie is verslechterd (respectievelijk 6%, 7%, 8%) of verbeterd (respectievelijk 8%, 12%, 8%). De respondenten zeggen dat de situatie is verslechterd door de toeloop van buitenlandse coffeeshopbezoekers. Daardoor is het drukker geworden rondom de coffeeshops en zou verkeersoverlast zijn ontstaan of zijn toegenomen. De respondenten die vinden dat de situatie is verbeterd na invoering van de pilot zeggen dat er minder straathandel in de openbare ruimte plaatsvindt dan voorheen het geval was.

Figuur 3.7 Verandering situatie na maart 2018, per cluster, in % (N=226)

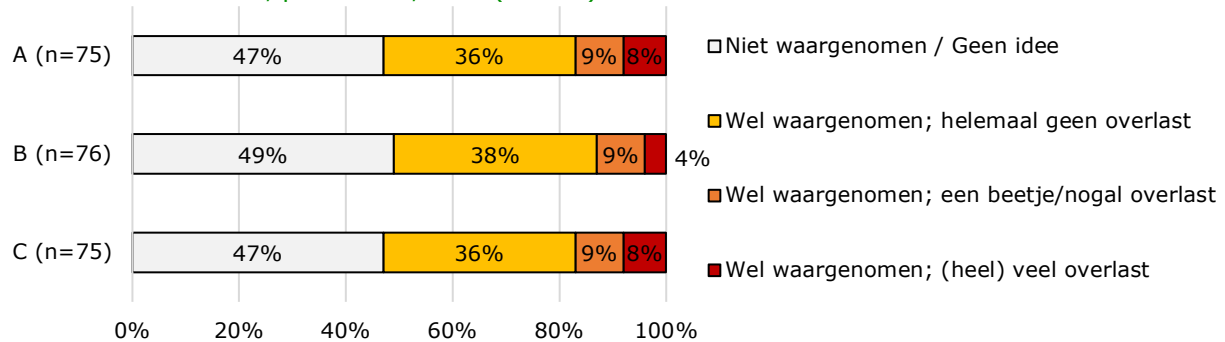




Coffeeshoptoeristen

Zoals gezegd, vermoedt een beperkt deel van de respondenten dat de situatie verslechterd is vanwege een toename van het aantal coffeeshoptoeristen. Dat dit een beperkt deel van de respondenten is wordt ondersteund door de resultaten van de specifieke vraag die we hierover hebben gesteld. Uit figuur 3.7 blijkt dat respectievelijk 17%, 13% en 17% wel eens coffeeshoptoeristen waarneemt en hier (een beetje) overlast van ervaart. Een duidelijke meerderheid van de respondenten neemt daarentegen geen coffeeshoptoeristen waar of ervaart daar geen overlast van.

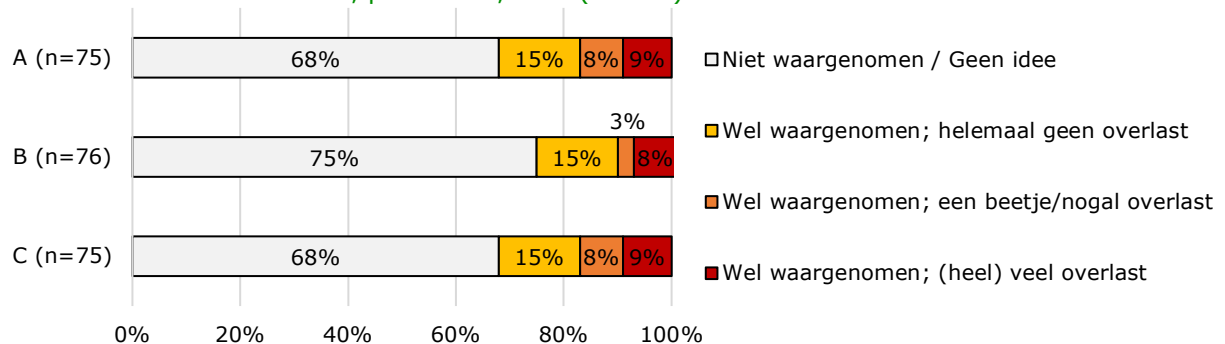
Figuur 3.7 Aantal respondenten dat wel eens coffeeshoptoeristen waarneemt en overlast ervaart, per cluster, in % (N=226)



Straathandel

Voor alle drie clusters A, B en C geldt dat een meerderheid van de respondenten aangeeft geen straatdealers en drugsrunners waar te hebben genomen; respectievelijk 68%, 75%, en 68% (figuur 3.8). Er wordt bij beantwoording van de specifieke vraag over straathandelaren door diverse respondenten uit verschillende clusters opgemerkt dat het aantal straathandelaren is afgenomen. Daarmee doelen de respondenten op groepen (vaak jonge mannen) die in de openbare ruimte zichtbaar drugs aanbieden. De afname van de aanwezigheid van deze groepen is volgens respondenten niet zozeer een ontwikkeling van de afgelopen maanden (sinds start van de pilot I-criterium), maar zou al jaren spelen, vanaf het moment dat 'de wietpas is afgeschaft'.

Figuur 3.8 Aantal respondenten dat wel eens straatdealers en drugsrunners op straat ziet en overlast ervaart, per cluster, in % (N=226)





4. CONCLUSIES

In dit hoofdstuk bespreken we de conclusies van het onderzoek naar de Tilburgse coffeeshops. Daarbij zijn drie clusters van coffeeshops onderscheiden, waarbinnen een combinatie van onderzoeksactiviteiten is verricht om de situatie in kaart te brengen. We hebben rondom de coffeeshops 226 enquêtes afgenomen onder omwonenden, omwerkenden en passanten. Ook zijn bij en in coffeeshops 226 interviews gehouden met bezoekers en 250 systematische tellingen verricht om het aantal coffeeshopbezoeken te schatten. Tevens is een expertmeeting georganiseerd om de bevindingen nader te duiden. We presenteren in dit hoofdstuk eerst de algemene bevindingen alvorens in te gaan op de conclusies per cluster.

4.1 Algemene bevindingen

Op basis van ons onderzoek doen we enkele algemeen - voor alle clusters - geldende bevindingen. Zo constateren we dat het huidige aanbod van coffeeshop op dit moment volstaat om in de vraag naar cannabisproducten te voorzien en dat de spreiding van het coffeeshopbezoek over Tilburg goed is. Tevens blijkt dat omwonenden, omwerkenden en passanten weinig hebben gemerkt van de pilot Ingezetencriterium (I-criterium).

Grote vraag, voldoende aanbod

Op basis van de geschatte bezoekersaantallen kan worden gesteld dat de Tilburgse coffeeshops voorzien in de regionale vraag naar cannabisproducten. Het Tilburgse gemiddelde ligt met gemiddeld zo'n 250.000 bezoekers per jaar per coffeeshop hoger dan het gemiddelde voor de zuidelijke provincies van zo rond de 210.000 per jaar per coffeeshop.¹

Het aanbod van 11 Tilburgse coffeeshops lijkt op dit moment voldoende om in deze vraag te kunnen voorzien. De situatie rondom de Tilburgse coffeeshops lijkt op basis van de enquête onder omwonenden, omwerkenden en passanten beheersbaar. Zij ervaren wel enige overlast, maar deze relateren zij slechts in (zeer) beperkte mate aan de coffeeshops. De onderzoekers hebben zelf ook geen signalen waargenomen die erop duiden dat de coffeeshops worden overbevraagd (zoals rijen buiten de coffeeshops).

De Tilburgse coffeeshops lijken niet alleen een rol te spelen bij het voorzien in de regionale vraag naar cannabisproducten. Ongeveer één derde van de ingezeten coffeeshopbezoekers zegt gebruik te gaan maken van de illegale (straat)verkoop als er geen aanbod van coffeeshops meer zou zijn. Dit duidt er op dat hun aanwezigheid ook van belang is om illegale straathandel te voorkomen.

¹ Het betreft een door ons berekend gemiddelde op basis van meerdere landelijke en regionale coffeeshoponderzoeken.



Coffeeshopbezoek verspreid over Tilburg

Over het algemeen lijkt het coffeeshopbezoek goed verspreid te zijn over de stad. Dat voor de meeste shops geldt dat zij ongeveer evenveel klanten trekken, is daarvoor een indicatie. Vier van de 11 shops vormen hierop een uitzondering. Drie van deze vier shops trekken meer bezoekers dan de andere shops. Het gaat om twee populaire coffeeshops in cluster B en één drukker bezochte shop in cluster C. In cluster B is daarentegen ook een coffeeshop die beduidend minder vaak wordt bezocht dan de andere. Hier gaan we bij de bespreking van de clusters B en C nader op in.

Pilot I-criterium nauwelijks opgemerkt

Als er al een effect is geweest van de opschorting van de handhaving van het I-criterium, dan hebben omwonenden, omwerkenden en passanten daar weinig van meegekregen. Zij geven in meerderheid aan geen verschil te merken sinds maart 2018 en vaak ook niet op de hoogte te zijn van het feit dat het I-criterium sindsdien niet meer actief wordt gehandhaafd. Mogelijk houdt deze bevinding verband met het percentage niet-ingezetenen dat de Tilburgse coffeeshops bezoekt. Dat is met 15% á 20% weliswaar een wezenlijke groep, maar niet vergelijkbaar met de 50% in enkele andere (veelal Limburgse) gemeenten waar de handhaving van het I-criterium ter discussie staat. Het is goed mogelijk dat de impact van het al dan niet handhaven van het I-criterium in Tilburg daardoor beperkter is dan in die gemeenten.

Uit de resultaten blijkt verder dat bij actieve handhaving van het I-criterium het grootste deel van de niet-ingezetenen naar een andere Nederlandse gemeente zou afreizen om daar softdrugs te kopen. Deze bevinding is een indicatie dat bij beëindigen van de pilot de druk op nabijgelegen coffeeshopgemeenten zou kunnen toenemen. Verder stellen we op basis van de antwoorden van de niet-ingezeten coffeeshopbezoekers vast dat handhaving van het I-criterium een beperkte impact zal hebben op de markt voor illegale straathandel. Slechts een klein deel van de niet-ingezetenen zegt zich te zullen wenden tot de illegale straathandel. Wat de illegale straathandel in die situatie zal doen, is met dit onderzoek niet vastgesteld.

4.2 Cluster A: shops in en voor de wijk

De coffeeshops in cluster A, alle gelegen in een woonwijk, bedienen voor het grootste gedeelte de 'Tilburger'. Er komen verhoudingsgewijs meer ingezetenen dan in de andere twee coffeeshopclusters. Als de 'eigen shop' dicht zou gaan, zouden de meeste bezoekers een andere coffeeshop uit cluster A als alternatief kiezen. De keuze voor een coffeeshop lijkt in dit cluster voornamelijk geografisch ingegeven; er lijkt hier sprake van coffeeshops in en voor de wijk.

Goede afstemming vraag en aanbod

De coffeeshops in dit cluster trekken ongeveer hetzelfde aantal bezoekers; een teken dat er sprake is van goede spreiding in dit cluster. Dat het aantal bezoekers goed verdeeld is over de shops heeft er mee te maken dat er voor iedere softdrugsgebruiker 'wat wils' is in cluster A. De Tilburger die wiet wil kopen om het thuis te gebruiken, rijdt met de auto



snel langs één van de twee shops langs de Bredaseweg om iets af te halen. Anderen, die gebruik willen maken van een coffeeshop met zitgelegenheid, kiezen voor één van de twee shops aan de Korvelseweg.

Aandachtspunten: verkeersgedrag

Over het algemeen zijn omwonenden, omwerkenden en passanten in cluster A tevreden over de buurt waarin zij wonen. Wel is de verkeersproblematiek (opstoppingen en hard en agressief rijden) een aandachtspunt. De goede bereikbaarheid van het cluster leidt er - ook in combinatie met het feit dat er twee 'afhaalshops' zijn - toe dat veel bezoekers met de auto naar de coffeeshop komen, die zich klaarblijkelijk niet altijd even goed aan de verkeersregels houden.

4.3 Cluster B: twee bekende en goedbezochte shops

Het tweede cluster B omvat vier uiteenlopende coffeeshops, waaronder de twee drukste van Tilburg. Van de andere twee coffeeshops trekt één een gemiddeld en één een relatief laag aantal bezoekers. De situatie rondom deze coffeeshops lijkt net als rond de coffeeshops in cluster A, beheersbaar.

Populaire shops in het centrum

De twee populaire shops, één gelegen tegenover het station en één aan de Besterdring, zijn vanwege de centrale ligging, de aanwezige faciliteiten en de kwaliteit van de aangeboden cannabisproducten zeer populair bij coffeeshopbezoekers. Deze shops trekken vanwege hun 'goede naam' verreweg de meeste klanten van de 11 Tilburgse coffeeshops en het percentage niet-ingezeten bezoekers is hier hoger dan bij de andere shops. De twee populaire coffeeshops in het centrum zijn bij vrijwel alle coffeeshopbezoekers in de verschillende clusters bekend en worden ook wel eens door hen bezocht.

Verkeersoverlast door drukte in centrumgebied

Over het algemeen bedienen de twee drukke shops hun klanten zonder al te veel overlast te veroorzaken. Echter, niet alle overlast kan worden voorkomen. Zo is er door de drukte in het centrumgebied sprake van met name verkeersoverlast (verkeersopstoppingen, foutparkeren en te hard rijden) bij de coffeeshop tegenover het station. Deze situatie lijkt het resultaat van de algeheel toegenomen drukte in het centrumgebied in combinatie met de bouwwerkzaamheden rond het station en de aantrekkingskracht die de shop heeft op softdrugsgebruikers. De situatie rond de coffeeshop aan de Besterdring, waar de coffeeshop tegenover een supermarkt met parkeerplaats is gevestigd, vraagt aandacht. De bezoekers van de drukke shop maken ook gebruik van de parkeerplaats waardoor er soms geen plek is voor supermarktbezoekers.



4.4 Cluster C: combinatie van A en B

De situatie in cluster C kan het beste worden omschreven als een combinatie van cluster A en B. Dat heeft er hoofdzakelijk mee te maken dat dit cluster qua locatie twee verschillende 'typen' shops omvat. Twee van de shops zijn gevestigd in een woonwijk, waarvan één tegenover een leegstaande parkeerplaats. Deze coffeeshops vervullen in de woonwijk een soortgelijke functie als de coffeeshops in cluster A. Deze shops zijn er hoofdzakelijk voor de 'Tilburger', trekken een gemiddeld aantal bezoekers en de situatie rondom de shops lijkt beheersbaar. Eén van deze shops trekt meer bezoekers dan de andere, omdat deze tegenover een parkeerplaats is gevestigd en bekend staat om de goede kwaliteit van de cannabisproducten.

Selecte groep omwonenden ervaart parkeeroverlast

Voor de derde coffeeshop in cluster C geldt dat deze in het centrum is gevestigd. Hier blijkt het belang van het hebben van genoeg parkeergelegenheid in de omgeving van een coffeeshop. Waar bij de hierboven genoemde coffeeshop ruimte parkeergelegenheid is, is bij deze coffeeshop sprake van een gebrek aan parkeermogelijkheden, waardoor de parkeerplekken vrijwel altijd bezet zijn. Hierdoor ervaart een selecte groep omwonenden ernstige parkeeroverlast. De aanwezigheid van de coffeeshop draagt daardoor bij aan de parkeerproblematiek.

Breuer
ONDERZOEK **& INTRAVAL**
ADVIES

Postadres

Breuer&Intraval
Postbus 1781
9701 BT Groningen
E-mail info@breuerintraval.nl

www.breuerintraval.nl

Kantoor Groningen

Trompsingel 37 B
Telefoon 050 - 312 62 26

Kantoor Rotterdam

Goudsesingel 68
Telefoon 010 - 425 92 12

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