



Gemeente
Amsterdam



Coffeeshops, prostitutie en toerisme in het Singel/ Wallengebied

Onderzoek, Informatie en Statistiek



In opdracht van: OOV/ Burgemeester Halsema

Projectnummer: 19192

Sleutjes, Bart

Bosveld, Willem

Bezoekadres: Weesperstraat 111-113

Telefoon 020 251 SB

Postbus 658, 1000 AR Amsterdam

www.ois.amsterdam.nl

b.sleutjes@amsterdam.nl

Amsterdam, november 2019

Foto voorzijde: Rosse buurt (De Wallen / Red Light District. Oudezijds Achterburgwal), fotograaf Rienk Kuiper (2007)

Inhoud

Inleiding	5
Samenvatting	6
1 Onderzoeksopzet	13
1.1 Dataverzameling	13
1.2 Vragenlijst	15
1.3 Responsoverzicht en onderzoekspopulatie	17
1.4 Analyses	18
2 Resultaten reis, verblijf en bezoekmotieven	20
2.1 Verblijf in Amsterdam	20
2.2 De reis naar Amsterdam	21
2.3 Bezoekmotieven	25
3 Resultaten cannabisgebruik en coffeeshopbezoek	32
3.1 Cannabisgebruik	32
3.2 Bezoek coffeeshops	33
3.3 Optie sluiting coffeeshops voor toeristen	34
4 Resultaten onderzochte opties m.b.t. Singel/ Wallengebied	37
4.1 Optie entreegeld Singel/ Wallengebied	37
4.2 Opties: beperkingen (raam)prostitutie en seks entertainment	41
5 Effectiviteit beleidsopties	44
Conclusies	49
Bijlage 1 Vragenlijst	52

Inleiding

In opdracht van de burgemeester heeft OIS onderzoek gedaan naar een aantal vragen rond het coffeeshopbeleid, prostitutie en toerisme in het Singel/ Wallengebied.

De hoofdvragen daarbij zijn welke rol de aanwezigheid van coffeeshops speelt bij de komst naar de stad, en wat toeristen die nu in coffeeshops te vinden zijn zullen doen wanneer zij niet meer in een coffeeshop mogen komen¹. Blijven zij weg of komen zij minder? Of blijven zij komen zonder wiet te gaan gebruiken, of proberen zij er juist op een andere manier aan te komen?

Daarnaast worden enkele vragen gesteld over de wijze van vervoer naar Amsterdam, in het bijzonder budgetreizen. Zouden mensen nog naar Amsterdam komen als vliegen minder goedkoop was?

Ten slotte leeft de vraag naar de rol van de raamprostitutie en overig seks entertainment in Amsterdam als trekker voor toeristen. Toeristen in het Wallengebied wordt gevraagd hoe belangrijk de aanwezigheid van raamprostitutie geweest is voor hun keuze om Amsterdam te bezoeken. Daarnaast worden enkele beleidsopties met betrekking tot raamprostitutie voorgelegd. Zullen toeristen nog steeds naar het Singel/ Wallengebied blijven komen als er geen (raam)prostitutie of overig seksentertainment meer zou zijn? Zouden toeristen nog steeds naar het gebied komen wanneer er entreegeld zou moeten worden betaald? En zou men overwegen een eventueel nieuw seks-entertainment gebied buiten het Centrum te bezoeken?

Dergelijke vragen zijn door middel van een face-to-face enquête voorgelegd aan ruim 1.100 buitenlandse toeristen in de leeftijdsgroep 18-35 jaar. Het doel is om te achterhalen in hoeverre mogelijke beleidsveranderingen van invloed zouden kunnen zijn op hun (toekomstig) gedrag.

¹ Dit als gevolg van het handhaven van het ingezetenen criterium in coffeeshops. Dit houdt in dat niet-ingezetenen dan niet meer in de coffeeshop kunnen komen. Mensen die in Nederland wonen nog wel.

Samenvatting

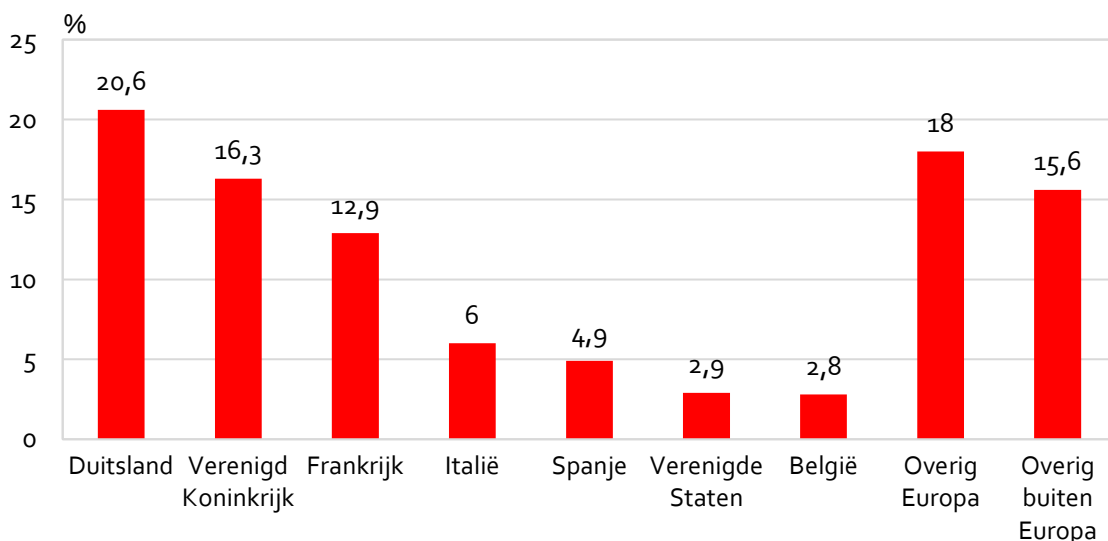
Dit onderzoek geeft aan de hand van een enquête onder 1.161 jonge buitenlandse bezoekers van het Singel/ Wallengebied inzicht in de bezoekmotieven en het gedrag van deze doelgroep. In de vragenlijst zijn een aantal mogelijke beleidsopties voorgelegd. Hierbij is het doel om een beeld te krijgen van de mogelijke effecten van beleid op de bereidheid tot bezoek en het gedrag ter plaatse van deze doelgroep.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een face-to-face enquête die op straat is uitgevoerd op drie locaties binnen het Singel/ Wallengebied. Enquêteurs hebben in dit gebied willekeurig mensen aangesproken in de geschatte leeftijdscategorie van 18 tot 35 jaar, waarvan het vermoeden bestond dat zij internationale bezoekers zijn. Dit is gebeurd op verschillende tijdstippen en op drie plaatsen, verspreid over het Singel/ Wallengebied. Nederlandse bezoekers zijn niet ondervraagd. De vragenlijst, die bestaat uit 22 grotendeels gesloten vragen, is uitsluitend afgenomen onder de internationale bezoekers.

Van de 1.161 respondenten is 58% man en 41% vrouw, en is 62% maximaal 25 jaar oud. Een ruime meerderheid van 82% komt uit Europa. Naar individuele herkomstlanden komt de grootste groep uit Duitsland (21%), gevolgd door het Verenigd Koninkrijk (16%) en Frankrijk (13%).

Onderzoekspopulatie naar herkomstlanden



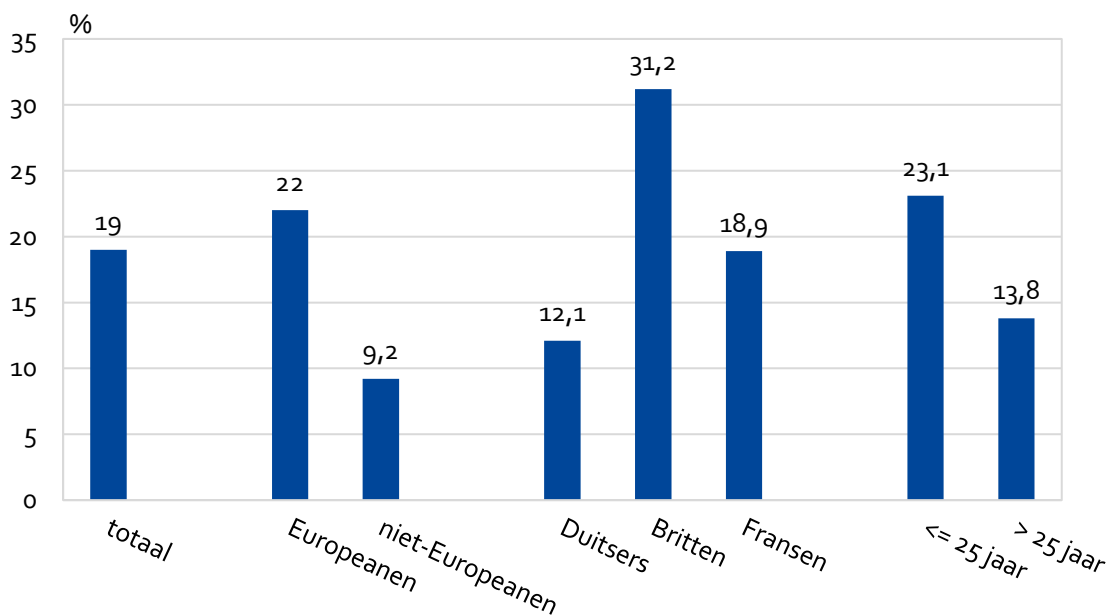
Resultaten reis, verblijf en bezoekmotieven

Voor meer dan de helft van de respondenten (57%) was dit bezoek aan Amsterdam de eerste keer. Daarnaast is een kwart van de respondenten één of twee keer eerder in Amsterdam

geweest. Een minderheid van 18% heeft vaker dan twee keer eerder Amsterdam bezocht. Van alle respondenten verblijft 80% minder dan vijf dagen in Amsterdam.

Bijna de helft van alle respondenten (47%) is met het vliegtuig naar Amsterdam gekomen. Van deze respondenten heeft 19% minder dan 100 euro betaald voor een retourticket, en 38% tussen 101 en 200 euro. Van de Europese toeristen die met het vliegtuig komen heeft 88% maximaal 300 euro betaald voor hun vlucht. Van de niet-Europeanen heeft 39% meer dan 500 euro betaald voor een retourticket; bij de Europeanen betreft dit 2%. Van de Europese toeristen heeft bovendien 22% minder dan 100 euro betaald; ruim twee keer zo vaak als niet-Europeanen (9%). Vooral de Britten maken relatief vaak gebruik van dergelijke 'budgetvluchten': 31% betaalde minder dan 100 euro voor een retourvlucht. Ook maken respondenten jonger dan 25 jaar vaker gebruik van budgetvluchten (23%) dan respondenten ouder dan 25 jaar (14%). De samenstelling van de groep die gebruik maakt van budgetvluchten wijkt ook af van de totale groep vliegtuigpassagiers: deze passagiers zijn anderhalf keer zo vaak Brits als gemiddeld (42%) en ook vaker maximaal 25 jaar oud (68%).

De samenstelling van de groep vliegtuigpassagiers, totaal en budgetvluchten (< €100)



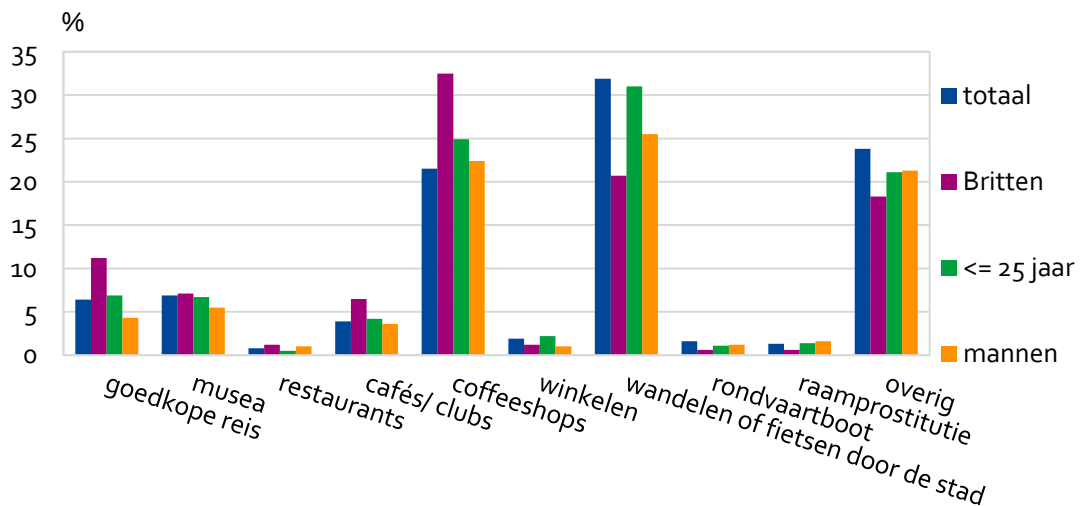
Een kleine meerderheid lijkt bereid om meer te betalen voor een retourvlucht dan de huidige ticketprijs, waarvan het merendeel bereid is één prijscategorie hoger (maximaal 100 euro meer) te betalen. Van de reizigers die met een budgetvlucht naar Amsterdam zijn gekomen geeft een ruime meerderheid aan wel bereid te zijn meer te betalen voor een retourticket.

De meest genoemde belangrijkste reden om naar Amsterdam te komen is wandelen of fietsen door de stad (32%), gevolgd door een overige reden (23%, waarbinnen familie of vrienden bezoeken, architectuur en de stad zelf het vaakst genoemd worden) en coffeeshops (22%). Op afstand volgen musea (7%) en een goedkope reis (6%). Raamprostitutie wordt door niet meer dan 1% als hoofdreden voor het bezoek genoemd. Coffeeshops hebben voor een meerderheid van de respondenten (57%) een (zeer) belangrijke rol gespeeld bij de keuze om naar Amsterdam te komen. Raamprostitutie speelde voor 22% een (zeer) belangrijke rol. Opvallend is verder dat

musea, restaurants, en cafés en clubs wel vaak belangrijk worden gevonden, maar slechts door een kleine groep als de hoofdreden wordt genoemd om naar Amsterdam te komen.

Enkele deelgroepen wijken af van het totaalbeeld. Voor de Britse bezoekers zijn coffeeshops met afstand de meest genoemde hoofdreden om naar Amsterdam te komen: 33%. Zij noemen wandelen of fietsen door de stad minder vaak als hoofdreden (21%) dan gemiddeld (32%) en geven juist vaker aan dat een goedkope reis de hoofdreden is geweest: 11% tegenover 6% gemiddeld. Mannen noemen wandelen of fietsen door de stad minder vaak dan gemiddeld als hoofdreden om naar Amsterdam te komen (26%), terwijl coffeeshops juist vaker als hoofdreden worden genoemd (22%). Coffeeshops worden bovendien door de groep tot en met 25 jaar vaker dan gemiddeld als hoofdreden voor de komst naar Amsterdam genoemd (25%).

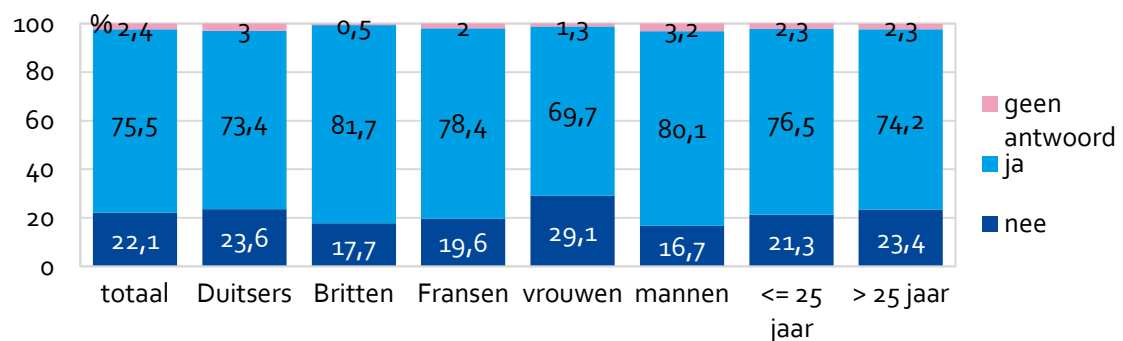
Wat was de meest belangrijke reden om naar Amsterdam te komen?



Resultaten cannabisgebruik en coffeeshopbezoek

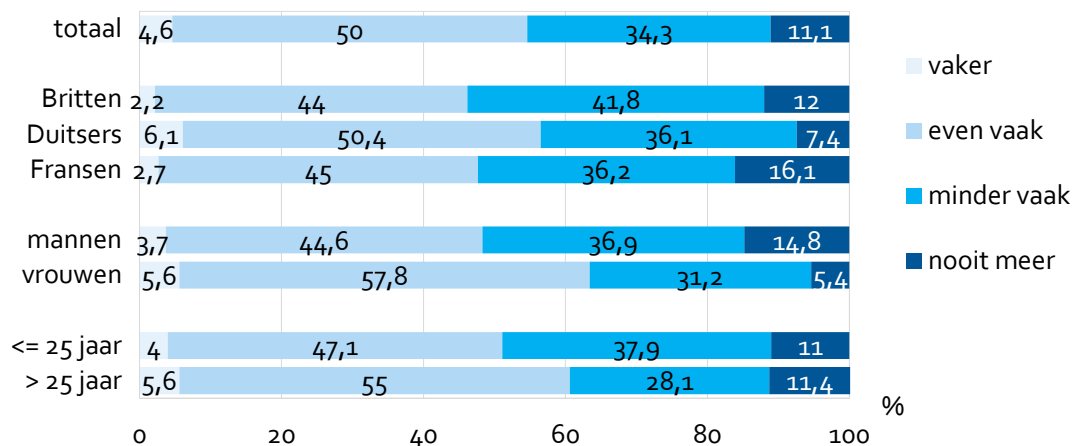
Van de jonge toeristen die het Singel/ Wallengebied bezoeken gebruikt een ruime meerderheid cannabis: van alle respondenten heeft 77% vóór het bezoek aan Amsterdam cannabis gebruikt. Dit geldt voor 82% van de Britse bezoekers, terwijl ook Franse (78%) en mannelijke bezoekers (80%) vaker dan gemiddeld cannabis gebruiken. Van alle respondenten die eerder in eigen land cannabis gebruikt hebben doet 36% dat minimaal één keer per week, en 19% (vrijwel) dagelijks. Van alle respondenten gebruikt 66% ook zelf hasj of wiet in de coffeeshop. Daarnaast geeft 19% aan wel te gebruiken, maar buiten de coffeeshop. Een minderheid van 8% gebruikt helemaal niet.

Heeft u voordat u naar Amsterdam kwam wel eens hasj of wiet gebruikt?



Aan respondenten is de optie voorgelegd dat buitenlandse toeristen niet meer in de coffeeshops naar binnen mogen. In totaal geeft 34% van de respondenten aan Amsterdam in dat geval minder vaak te zullen bezoeken, en 11% zou zelfs nooit meer komen. De Britse bezoekers geven relatief vaker (42%) aan minder vaak naar Amsterdam te zullen komen, terwijl de Franse bezoekers juist relatief vaker nooit meer komen (16%). De bereidheid om in deze situatie nog naar Amsterdam te komen ligt ook lager bij mannen dan bij vrouwen, en lager bij de groep tot en met 25 jaar dan bij de groep ouder dan 25 jaar. Veertig procent van de respondenten die naar Amsterdam blijven komen geeft aan geen hasj of wiet meer te zullen gebruiken indien zij bij een volgend bezoek aan Amsterdam de coffeeshop niet meer binnen mogen. Nog eens 22% geeft aan iemand anders naar de coffeeshop te laten gaan, terwijl 18% op een andere manier hasj of wiet verwacht te gaan kopen. Daarbij acht 56% het waarschijnlijk dat er in Amsterdam buiten de coffeeshop hasj of wiet gekocht kan worden, bijvoorbeeld via straathandel of een o6-dealer.

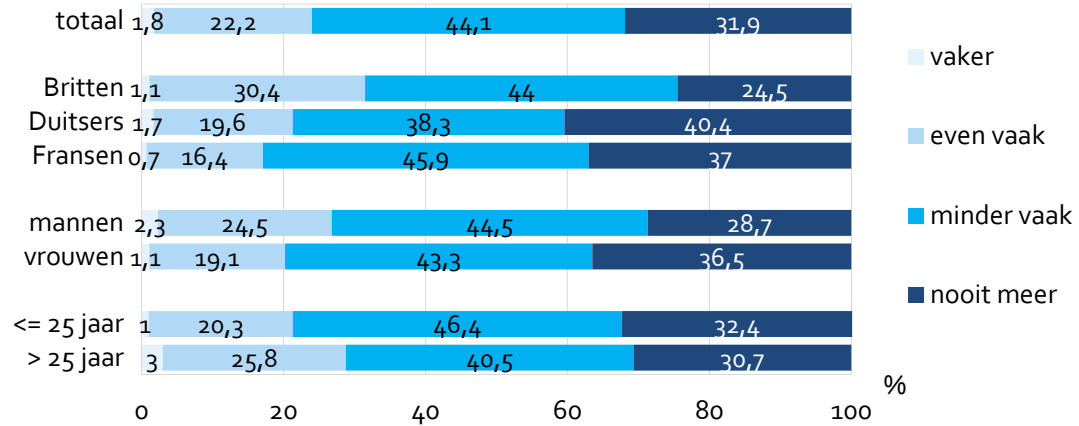
Stel dat buitenlandse toeristen niet meer in coffeeshops naar binnen mogen. Hoe vaak komt u dan nog naar Amsterdam?



Resultaten opties Singel/ Wallengebied

Wanneer er entreegeld zou moeten worden betaald om het Singel/ Wallengebied te betreden zou ongeveer een derde van alle respondenten (32%) er nooit meer komen en 44% minder vaak, los van de hoogte van de entreprijs. Bijna een kwart (22%) geeft aan even vaak te zullen komen en een minderheid van 2% verwacht zelfs vaker te zullen komen. De Britten geven minder vaak dan gemiddeld aan dat zij nooit meer zullen komen (25%) en juist vaker dan gemiddeld dat zij even vaak zullen blijven komen (30%). Vooral de Duitsers en de Fransen geven vaker dan gemiddeld aan nooit meer te zullen komen (40% en 37% respectievelijk).

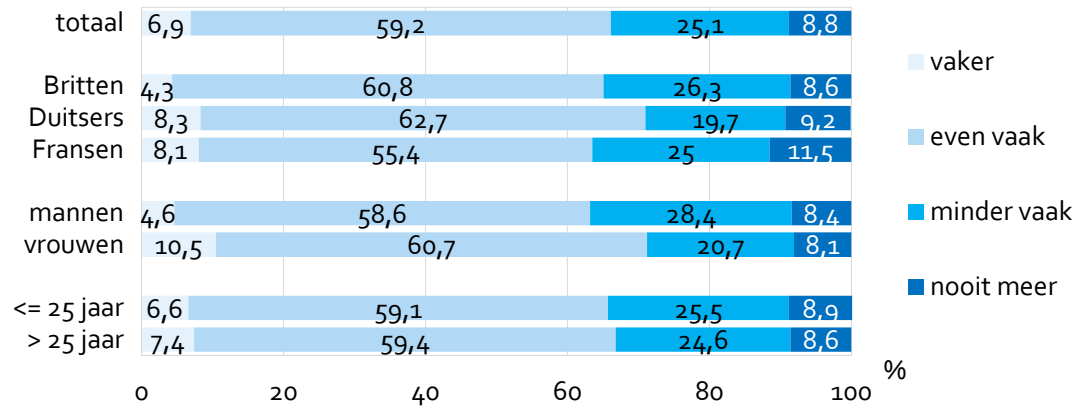
Als er entree zou moeten worden betaald om het Singel/ Wallengebied te betreden, hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?



De aanwezigheid van coffeeshops speelt bij de helft van de respondenten (49%) een (zeer) belangrijke rol bij de bereidheid om entree te betalen voor het Singel/ Wallengebied (Figuur 4.4). Voor de Britten is dit nog iets belangrijker dan gemiddeld: 55%. Over het belang van de aanwezigheid van raamprostitutie zijn de respondenten verdeeld: ongeveer even veel respondenten vinden dit (zeer) belangrijk (37%) als (zeer) onbelangrijk (35%). Bezoekers die na zou 's avonds zijn ondervraagd vinden dit aspect vaker (zeer) belangrijk (43%) dan bezoekers die op een eerder tijdstip zijn ondervraagd (33%). Andere vormen van prostitutie en seksbioscopen worden (veel) vaker onbelangrijk dan belangrijk gevonden voor de bereidheid om entreegeld te betalen. Bij alle aspecten die te maken hebben met seks entertainment geldt dat vrouwen dit veel vaker onbelangrijk vinden dan mannen.

Van alle respondenten blijft een ruime meerderheid (66%) minstens even vaak naar het Singel/ Wallengebied komen als er geen raamprostitutie meer zou zijn. Een kwart van de respondenten verwacht in dat geval minder vaak te zullen komen, terwijl 9% aangeeft nooit meer te zullen komen. Hoewel voor alle deelgroepen geldt dat een meerderheid minstens even vaak blijft komen indien raamprostitutie zou verdwijnen uit het Singel/ Wallengebied lijkt deze optie wel een iets groter effect te hebben op de bereidheid van mannen om naar het Singel/ Wallengebied te blijven komen: 37% geeft aan minder vaak of nooit meer te zullen komen, vergeleken met 29% van de vrouwen. Ook de optie waarbij er geen raamprostitutie, geen andersoortige prostitutie én geen overig seks entertainment meer zou zijn, zou bij een meerderheid van de respondenten niet tot minder bezoeken leiden (72%). Ruim de helft (53%) van de respondenten zou zeker geen nieuw seks-entertainment gebied buiten de binnenstad bezoeken. Een minderheid van 10% zou dit zeker wel doen en 21% misschien. Onder bezoekers die na zou 's avonds zijn ondervraagd is de bereidheid om misschien of zeker een dergelijk gebied buiten het centrum te bezoeken groter (35%) dan onder bezoekers die op een vroeger tijdstip zijn geënquêteerd (28%).

Stel dat er geen raamprostitutie (waarbij je sekswerkers achter het raam ziet staan) in het Singel/ Wallengebied meer zou zijn. Hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?



Conclusies

Bijna de helft van de respondenten komt met het vliegtuig naar Amsterdam, waarvan 19% met een budgetvlucht (maximaal 100 euro voor een retourticket). Britse toeristen reizen vaker dan gemiddeld met budgetvluchten (31%). Een kleine meerderheid lijkt bereid om meer te betalen voor een retourvlucht dan de huidige ticketprijs, waarvan het merendeel bereid is één prijscategorie hoger (maximaal 100 euro meer) te betalen. Van de reizigers die met een budgetvlucht naar Amsterdam zijn gekomen geeft een ruime meerderheid aan wel bereid te zijn meer te betalen voor een retourticket.

De meest genoemde belangrijkste reden om naar Amsterdam te komen is wandelen of fietsen door de stad (32%). Coffeeshops worden door 22% als hoofdreden genoemd, maar zijn voor de Britse bezoekers met 33% de meest genoemde hoofdreden om naar Amsterdam te komen. Coffeeshops worden belangrijker gevonden door mannen dan door vrouwen, en ook vaker door de groep tot en met 25 jaar dan door de groep ouder dan 25 jaar. Raamprostitutie wordt door 1% als hoofdreden genoemd.

Een meerderheid van de jonge bezoekers in het Singel/ Wallengebied (72%) heeft een coffeeshop bezocht. Britten en Fransen doen dit vaker dan gemiddeld, evenals mannen en jongeren (tot en met 25 jaar). Wanneer buitenlandse toeristen niet meer bij coffeeshops naar binnen zouden mogen, komt gemiddeld 44% minder vaak of helemaal niet meer. Onder de Britse, Franse en mannelijke bezoekers betreft dit zelfs een meerderheid van de respondenten. Van de toeristen die blijven komen zegt 40% af te zullen zien van het gebruik van cannabis. Van de groep die zou blijven gebruiken en op een andere manier aan hasj of wiet probeert te komen, acht een meerderheid het waarschijnlijk dat dit in Amsterdam ook mogelijk is buiten de coffeeshop, bijvoorbeeld via straathandel of een 06-dealer.

Wanneer er entreegeld betaald zou moeten worden om het Singel/ Wallengebied te betreden zou driekwart van de respondenten minder vaak of niet meer naar dit gebied komen. Wanneer er geen raamprostitutie meer zou zijn in het Singel/ Wallengebied blijft twee derde van de respondenten minstens even vaak komen. Dat geldt ook wanneer er ook geen andere vormen van prostitutie of seks entertainment zouden zijn. Een meerderheid van de respondenten zou zeker geen nieuw seks entertainment gebied buiten de binnenstad bezoeken.

In vergelijking met het onderzoek van Dirk Korf uit 2011 worden coffeeshops (iets) minder belangrijk gevonden als reden om naar Amsterdam te komen en had ook een kleiner deel al in eigen land cannabis gebruikt. Een belangrijk verschil tussen beide studies is dat de studie van Dirk Korf in coffeeshops is uitgevoerd, waardoor de doelgroep veel specifieker op coffeeshops en cannabisgebruik is gericht. Onze studie is uitgevoerd onder willekeurige jonge internationale voorbijgangers op straat, waarbij niet specifiek coffeeshopbezoekers zijn benaderd (72% bezocht een coffeeshop). Dat verklaart waarschijnlijk deels waarom de bereidheid om naar Amsterdam te blijven komen als toeristen niet meer in de coffeeshop naar binnen mogen groter is dan bij de studie van Dirk Korf. Van alle respondenten zou 11% nooit meer komen en 34% minder vaak. Bij de studie van Dirk Korf betrof dit respectievelijk 39% en 41%.

1 Onderzoeksopzet

In dit hoofdstuk zal de opzet van het onderzoek worden besproken: de manier van dataverzameling, de analysemethoden en het responsoverzicht.

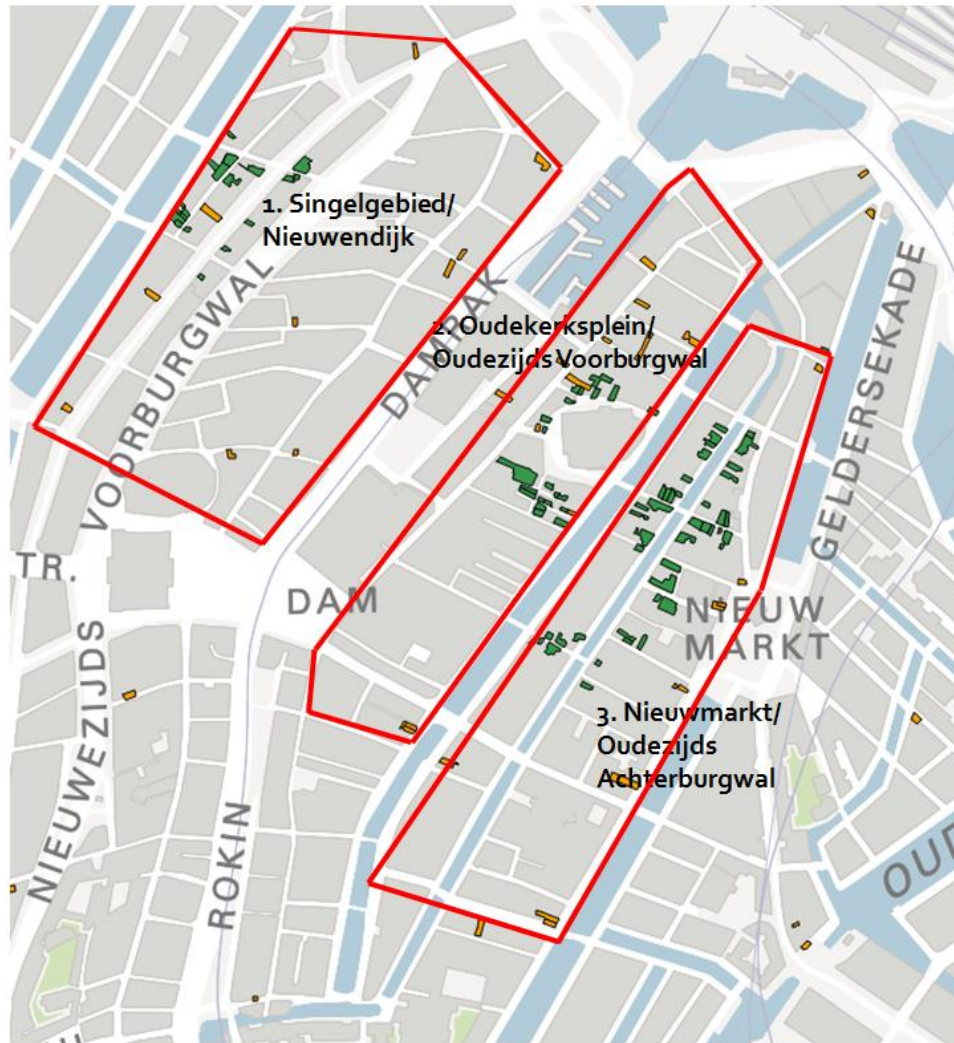
1.1 Dataverzameling

De gegevens voor dit onderzoek zijn verkregen door een face-to-face enquête onder buitenlandse toeristen in het Singel/ Wallengebied, begrensd door Singel, Amstel, Kloveniersburgwal, Nieuwmarkt, Geldersekade en Prins Hendrikkade. Enquêteurs hebben in dit gebied willekeurig mensen aangesproken in de geschatte leeftijdscategorie van 18 tot 35 jaar, waarvan het vermoeden bestond dat zij internationale bezoekers zijn. Er is een selectievraag gesteld, in het Engels, of zij hier wonen of op bezoek zijn. De vragenlijst is alleen afgenomen bij de internationale bezoekers; Nederlandse bezoekers zijn niet ondervraagd. De enquêtes zijn afgenomen op verschillende dagen en tijdstippen, variërend van doordeweekse middagen tot de late avond in het weekend.

Het onderzoek is uitgevoerd in de gebieden A00 en A01 (het '1012 gebied'), begrensd door Singel, Amstel, Kloveniersburgwal, Nieuwmarkt, Geldersekade en Prins Hendrikkade. Daarbinnen zijn drie specifieke gebieden geselecteerd (zie Figuur 1.1):

- 1) Singelgebied/ Nieuwendijk: hier bevinden zich een aantal coffeeshops. Het Singelgebied is een iets minder bekende raamprostitutiezone binnen het 1012 gebied.
- 2) Oudekerksplein/ Oudezijds Voorburgwal: centrale locatie op De Wallen. Meerdere (grote) coffeeshops bevinden zich in de omgeving van dit plein en er is ook een raamprostitutiegebied (Annenkwartier).
- 3) Nieuwmarkt/ Oudezijds Achterburgwal: meerdere coffeeshops zijn te vinden rond Nieuwmarkt, Kloveniersburgwal en Rusland. De Oudezijds Achterburgwal en de zijstegen daarvan vormen het drukstbezochte raamprostitutiegebied, en hier bevinden zich ook meerdere seksbioscopen en vergelijkbaar seks entertainment.

Figuur 1.1. Het Singel/ Wallengebied en de drie interviewlocaties. De oranje vlakken op de kaart tonen de locaties van coffeeshops, en de groene vlakken geven aan waar raamprostitutie of bordelen te vinden zijn.



Bron: maps.amsterdam.nl

In 2011 heeft het Bonger Instituut voor Criminologie (UvA), onder leiding van Prof. Dirk Korf en in opdracht van de gemeente Amsterdam, een vergelijkbare enquête gehouden onder 520 toeristen in Amsterdamse coffeeshops². In 2016 is door hetzelfde onderzoeksinstituut eveneens onderzoek gedaan onder toeristen in het '1012 gebied', waarbij drukte, overlast en waterbedeffecten van het sluitingsbeleid centraal stonden³. Respondenten in het onderzoek van Dirk Korf uit 2016 kwamen uit 46 verschillende landen, veruit het vaakst in het Verenigd Koninkrijk, gevolgd door Duitsland, Frankrijk, Italië en de Verenigde Staten/Canada.

In dit onderzoek ligt de focus uitsluitend op (jonge) internationale toeristen: een groep die in toenemende mate het Singel/ Wallengebied bezoekt en daarbij soms overlast veroorzaakt. Het

² Korf, D.J., Doekhie, J. & Wouters, M. (2011) Amsterdamse coffeeshops, toeristen en de wietpas. Amsterdam: Bonger Instituut voor Criminologie

³ Korf, D.J., Liebrechts, N. & Nabben, T. (2016) Waterbed, drukte en overlast: Effecten Sluitingsbeleid Coffeeshops in Amsterdam-Centrum. Bonger reeks, vol. 32

Programma Stad in Balans spreekt van het vinden van een nieuw evenwicht tussen leefbaarheid voor bewoners en gastvrijheid tegenover bezoekers⁴. Deze enquête geeft inzicht in de beweegredenen van jonge internationale bezoekers in het Singel/ Wallengebied. Een belangrijk verschil met beide onderzoeken van Dirk Korf is dat er is geënuquêteerd op straat, waarbij zowel coffeeshopbezoekers als niet-coffeeshopbezoekers zijn ondervraagd. We hebben hiervoor besloten na overleg met Dirk Korf. Zijn veronderstelling is dat het, meer dan in 2016, lastig zal zijn om coffeeshophouders mee te krijgen om aan het onderzoek mee te werken. Immers, eventuele toekomstige maatregelen zullen mogelijk niet in hun voordeel werken. Daarnaast biedt deze aanpak het voordeel dat inzicht wordt verkregen in het aandeel toeristen in deze doelgroep (dat wil zeggen buitenlandse jongeren in het Singel/ Wallengebied) dat daadwerkelijk een coffeeshop bezoekt of wil bezoeken. Het onderzoek van Dirk Korf werd uitgevoerd in de periode januari-mei. Deze enquête had een kortere doorlooptijd en is uitgevoerd in de zomer van 2019 (tweede helft augustus - begin september). In de zomerperiode zijn er wel grotere aantallen bezoekers op straat te vinden.

Een belangrijke kanttekening bij het onderzoek is dat de resultaten niet representatief zijn voor alle bezoekers aan de stad Amsterdam. Het gaat enkel om de buitenlandse bezoekers van het Singel/ Wallengebied, binnen de leeftijdscategorie 18 tot 35 jaar.

1.2 Vragenlijst

De vragenlijst bestaat uit 22 merendeels gesloten vragen; dat wil zeggen dat de antwoordcategorieën vooraf zijn vastgesteld. Deze vragenlijst is samengesteld in samenspraak met de opdrachtgever en deels gebaseerd op het eerder genoemde onderzoek van Dirk Korf.

De vragenlijst (zie Bijlage 1 voor de complete lijst) bestaat uit een paar delen. In het eerste deel worden vragen gesteld over de reis naar Amsterdam, waarbij ook de rol van budgetvluchten en de aantrekkingskracht van bepaalde voorzieningen en attracties (waaronder coffeeshops en raamprostitutie) aan bod zijn gekomen:

- Is dit uw eerste keer in Amsterdam of bent u hier al vaker geweest?
- Hoe bent u deze keer naar Amsterdam gekomen?
- Hoeveel heeft u betaald voor uw retourvlucht?
- Stel dat vliegen duurder wordt. Wat is de maximale prijs die u bereid zou zijn te betalen voor een retourvlucht naar Amsterdam?
- Hoeveel dagen blijft u in totaal in Amsterdam?
- Hoe belangrijk waren de volgende zaken voor uw keuze om naar Amsterdam te komen? [hier zijn negen aspecten bevraagd].
- Wat was de meest belangrijke reden om naar Amsterdam te komen?
- Waar in Amsterdam overnacht u?

Twee vragen gaan specifiek over de optie waarbij het Singel/ Wallengebied wordt afgesloten en er entreegeld moet worden betaald om hier naar binnen te mogen:

⁴ Gemeente Amsterdam (2018) Stad in Balans 2018-2022; Naar een nieuw evenwicht tussen leefbaarheid en gastvrijheid. <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/stad-in-balans/>

- Als er entree zou moeten worden betaald om het Singel/ Wallengebied te betreden, hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?
- Hoe belangrijk is de aanwezigheid van de volgende zaken voor uw bereidheid om entree betalen om het Singel/ Wallengebied te betreden? [hier zijn zes aspecten bevraagd].

Daarnaast is er een blok vragen over cannabisgebruik en het bezoeken van coffeeshops. Daarbij wordt ook een optie voorgelegd waarbij toeristen de coffeeshop niet meer zouden mogen betreden (het i-criterium):

- Heeft u voordat u naar Amsterdam kwam wel eens hasj of wiet gebruikt?
- Hoe vaak gebruikt u in uw eigen land hasj of wiet?
- Bent u tijdens dit verblijf in een coffeeshop in Amsterdam geweest, of bent u dat nog van plan?
- Gebruikt u zelf hasj of wiet in de coffeeshop?
- Stel dat buitenlandse toeristen niet meer in coffeeshops naar binnen mogen. Hoe vaak komt u dan nog naar Amsterdam?
- Wanneer u in Amsterdam bent, maar niet naar een coffeeshop mag. Wat zou u dan doen?
- Hoe waarschijnlijk acht u het dat u buiten een coffeeshop (bijvoorbeeld via straathandel of een 06-dealer) hasj of wiet kunt kopen in Amsterdam?

Verder is er een blok met vragen over (raam)prostitutie en overig seks entertainment in het Singel/ Wallengebied. Daarbij worden opties voorgelegd waarbij er enkel geen raamprostitutie meer zal zijn in het gebied, en waarbij er zowel geen raamprostitutie als andere vormen van prostitutie en overig seks entertainment meer zullen zijn.

- Stel dat er geen raamprostitutie (waarbij je sekswerkers achter het raam ziet staan) in het Singel/ Wallengebied meer zou zijn. Hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?
- Stel dat er in het Singel/ Wallengebied geen raamprostitutie en geen andersoortige prostitutie én geen ander seks-entertainment (zoals seksbioscopen en seksshows) zou zijn. Hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?
- Zou u naar een nieuw seks-entertainment-gebied met raamprostitutie gaan buiten de binnenstad?

De vragenlijst sluit af met enkele persoonlijke vragen:

- Wat is uw leeftijd?
- Wat is uw geslacht?
- Waar woont u?

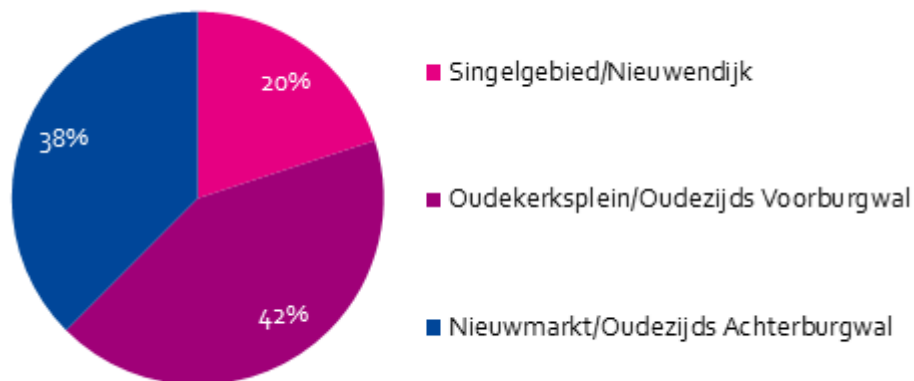
Om aan te sluiten bij de herkomst van veel bezoekers is de vragenlijst vertaald in het Engels, Duits, Frans, Spaans en Italiaans. Op deze manier kan recht gedaan worden aan de diversiteit van bezoekers van de stad.

1.3 Responsoverzicht en onderzoekspopulatie

Het streven was om netto 1.000 bezoekers te ondervragen, waarvan vermoedelijk een aanzienlijk deel ook een coffeeshop zal hebben bezocht. Bij 1000 respondenten was de inschatting om in ieder geval een vergelijkbaar aantal coffeeshopbezoekers te kunnen spreken als in de eerdere studie van Prof. Dirk Korf (n=578).

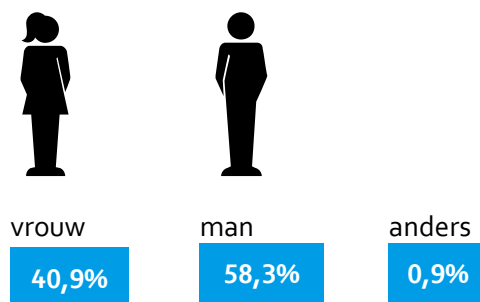
Uiteindelijk hebben 1.161 respondenten deelgenomen aan het onderzoek. Daarvan is de grootste groep ondervraagd in het gebied Oudekerksplein/ Oudezijds Voorburgwal (42%) (Figuur 1.2). Bijna evenveel respondenten zijn geënquêteerd in het gebied Nieuwmarkt/ Oudezijds Achterburgwal. De groep respondenten in het Singelgebied/Nieuwendijk is met 20% wat kleiner. Dit gebied is minder bekend en wordt ook minder druk bezocht door toeristen dan de twee locaties op de Wallen, waardoor het hier meer moeite heeft gekost om respondenten te vinden.

Figuur 1.2. Onderzoekspopulatie naar onderzoekslocatie



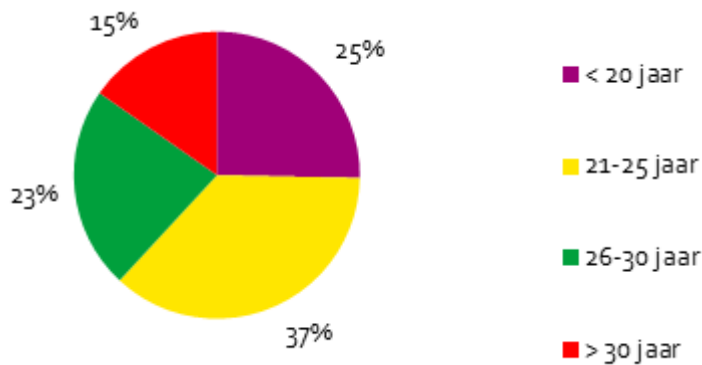
Van de respondenten is 41% vrouw en 58% man; 1% geeft aan zich vrouw noch man te voelen (Figuur 1.3).

Figuur 1.3. Onderzoekspopulatie naar geslacht



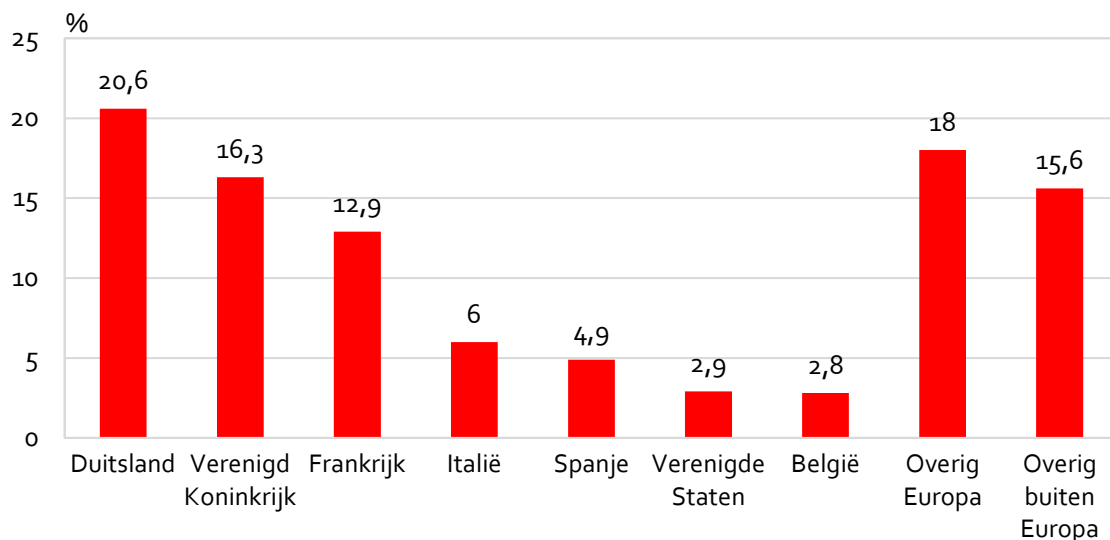
De respondenten zijn geselecteerd op de geschatte leeftijdscategorie van 18 tot 35 jaar. Van de populatie is 38% ouder dan 25 jaar (Figuur 1.4).

Figuur 1.4. Onderzoekspopulatie naar leeftijd



De meerderheid van de ondervraagde internationale toeristen komt uit Europa (82%). De drie belangrijkste herkomstlanden zijn Duitsland (21%), het Verenigd Koninkrijk (16%) en Frankrijk (13%). Daarnaast komt 3% uit de Verenigde Staten en 16% uit overige landen buiten Europa (Figuur 1.5). De onderzoekspopulatie wijkt hiermee af van de verdeling van hotelgasten over herkomstlanden: naar verhouding is de groep Amerikanen kleiner (11% van de hotelgasten) en de groep Europeanen juist groter (57% van de hotelgasten). We zien verhoudingsgewijs vooral meer Duitsers (10% van de hotelgasten) en Fransen (5% van de hotelgasten) in onze onderzoekspopulatie. Waarschijnlijk bezoeken de intercontinentale gasten Amsterdam vaker vanwege culturele doeleinden (musea), en komen zij minder vaak specifiek voor het Singel/Wallengebied.

Figuur 1.5. Onderzoekspopulatie naar herkomstlanden



1.4 Analyses

In de analyses, die in de volgende hoofdstukken aan bod komen, worden de resultaten niet alleen voor de totale populatie getoond, maar wordt ook uitgesplitst naar de drie grootste herkomstgroepen (Duitsers, Britten en Fransen), naar geslacht en naar leeftijd (ouder en jonger

dan 25). Dit om te onderzoeken of deze subgroepen verschillende reismotieven hebben en zich anders gedragen ten opzichte van cannabisgebruik en het bezoeken van seks entertainment gebieden. Daarnaast wordt bij de analyse naar het reizen met budgetvluchten onderscheid gemaakt tussen Europeanen en niet-Europeanen, vanwege het doorgaans grote verschil in ticketprijzen tussen Europese en intercontinentale vluchten.

Aanvullend is gekeken naar verschillen tussen de drie onderzoekslocaties, waarbij geen noemenswaardige verschillen naar voren zijn gekomen. Ook is bij vragen over raamprostitutie en seks entertainment een aanvullende analyse gedaan naar de tijdstippen waarop bezoekers zijn ondervraagd (vóór of na 20u). Het raamprostitutiegebied trekt in de avonduren immers een groter en (deels) ander publiek, met een sterkere nadruk op uitgaanspubliek en minder gezinnen. Alleen wanneer er een noemenswaardig verschil van meer dan 5% is gevonden wordt dit in de tekst vermeld.

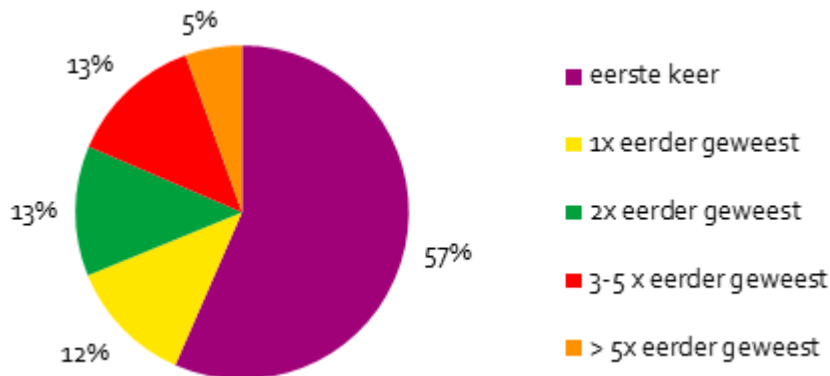
2 Resultaten reis, verblijf en bezoekmotieven

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe vaak toeristen eerder naar Amsterdam zijn gekomen, hoe lang zij blijven, waar zij overnachten en met welk vervoersmiddel zij de reis hebben afgelegd. Specifiek voor toeristen die met het vliegtuig zijn gekomen is ook gevraagd naar de prijs van hun retourticket. Dit wordt vervolgens vergeleken met de maximale prijs die zij bereid zouden zijn te betalen. Daarnaast wordt aandacht besteed aan de aspecten die een rol hebben gespeeld bij de keuze om naar Amsterdam te komen. Daarbij wordt ook gevraagd naar de belangrijkste reden om de stad te bezoeken.

2.1 Verblijf in Amsterdam

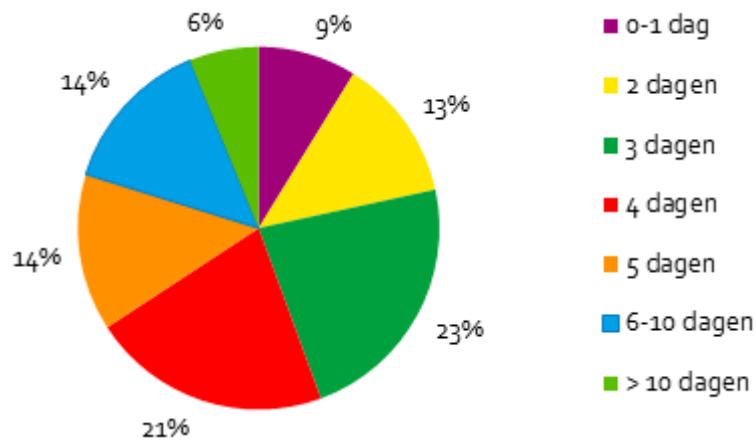
Voor meer dan de helft van de respondenten (57%) was dit bezoek aan Amsterdam de eerste keer. Daarnaast is een kwart van de respondenten één of twee keer eerder in Amsterdam geweest. Een minderheid van 18% heeft vaker dan twee keer eerder Amsterdam bezocht (Figuur 2.1).

Figuur 2.1. Is dit uw eerste keer in Amsterdam of bent u hier al vaker geweest?



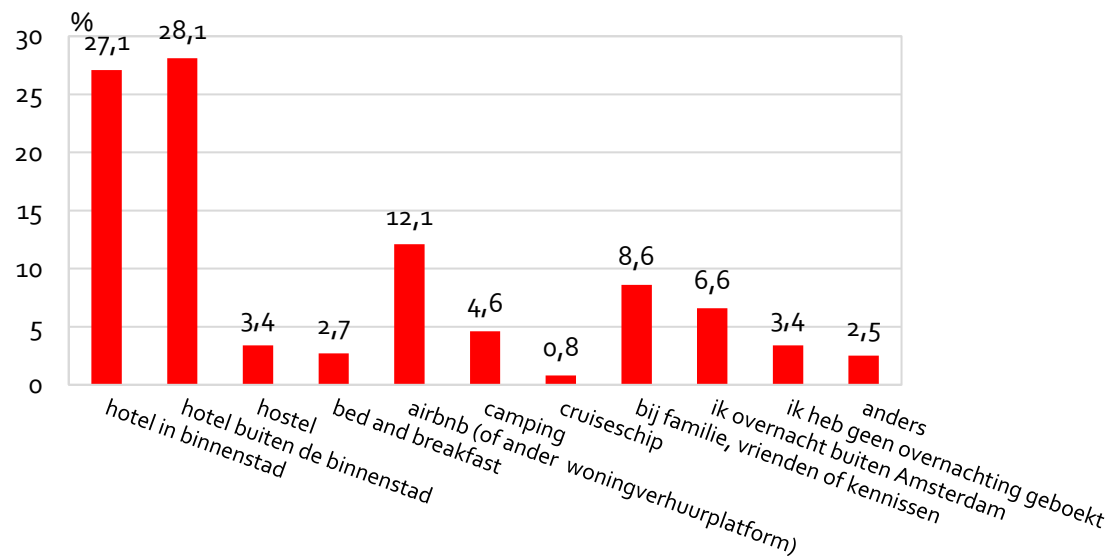
Van alle respondenten verblijft 80% minder dan vijf dagen in Amsterdam (Figuur 2.2). De grootste groep blijft drie dagen (23%) of vier dagen (21%).

Figuur 2.2. Hoeveel dagen blijft u in totaal in Amsterdam?



Meer dan de helft van de respondenten verblijft in een hotel (55%) (Figuur 2.3). Deze hotels zijn gelijkmatig verdeeld over de binnenstad (27%) en de gebieden buiten de binnenstad (28%). Ongeveer 12% van de respondenten overnacht in een woning via een vakantieverhuurplatform (bijvoorbeeld airbnb). Ook een relatief grote groep (9%) overnacht bij familie, vrienden of kennissen in de stad. Een klein deel van de bezoekers betreft een dagbezoeker: 7% overnacht buiten de stad en 3% heeft geen overnachting geboekt.

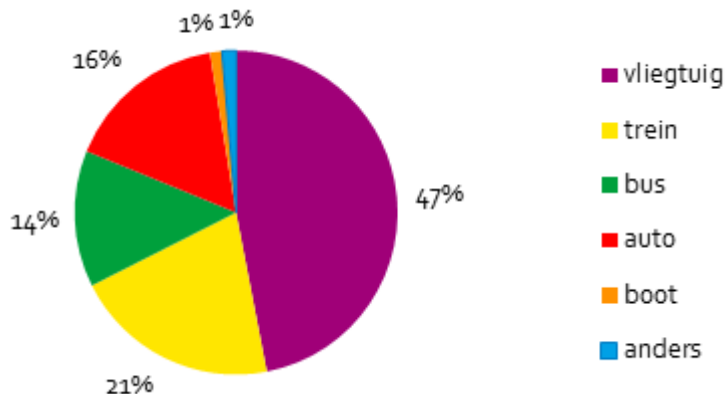
Figuur 2.3. Waar in Amsterdam overnacht u?



2.2 De reis naar Amsterdam

Bijna de helft van alle respondenten (47%) is met het vliegtuig naar Amsterdam gekomen. Daarmee is het vliegtuig met afstand het meest gebruikte vervoermiddel, vóór de trein (21%), de auto (16%) en de bus (14%) (Figuur 2.4).

Figuur 2.4. Hoe bent u deze keer naar Amsterdam gekomen?



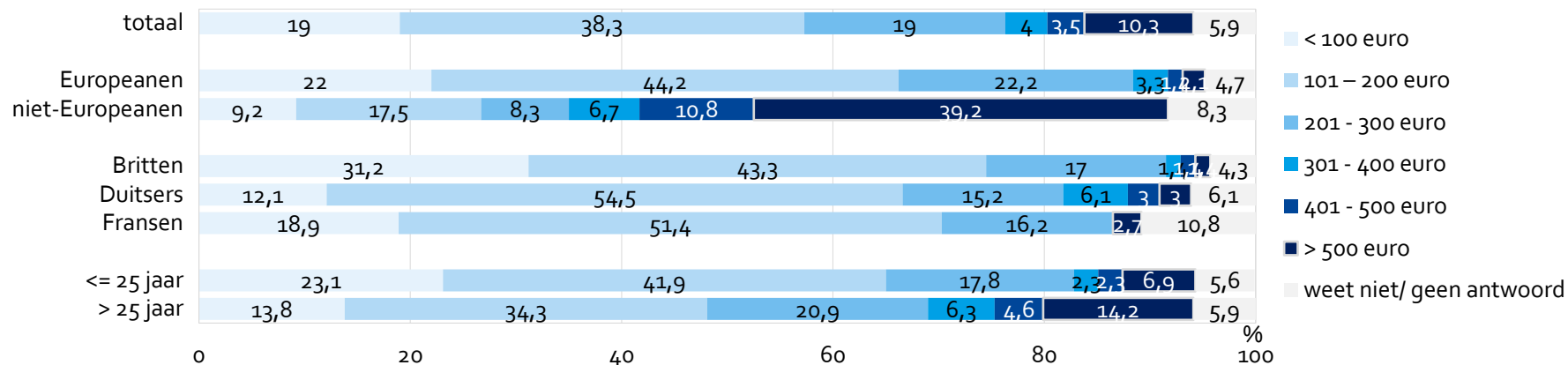
Ticketprijzen en optie prijsverhoging

Van de respondenten die met het vliegtuig gekomen zijn heeft 19% minder dan 100 euro betaald voor een retourticket (figuur 2.5). Daarnaast heeft 38% tussen 101 en 200 euro betaald. Daar staat tegenover dat voor 10% het retourticket meer dan 500 euro heeft gekost. Aangezien ticketprijzen sterk afhankelijk zijn van de reisafstand is het zinvol om onderscheid te maken tussen Europese en niet-Europese toeristen. Van de niet-Europeanen heeft 39% meer dan 500 euro betaald voor een retourticket; bij de Europeanen betreft dit 2%. Het aandeel niet-Europeanen dat minder dan 200 euro betaald heeft ligt met 27% een stuk lager dan onder Europese toeristen (66%).

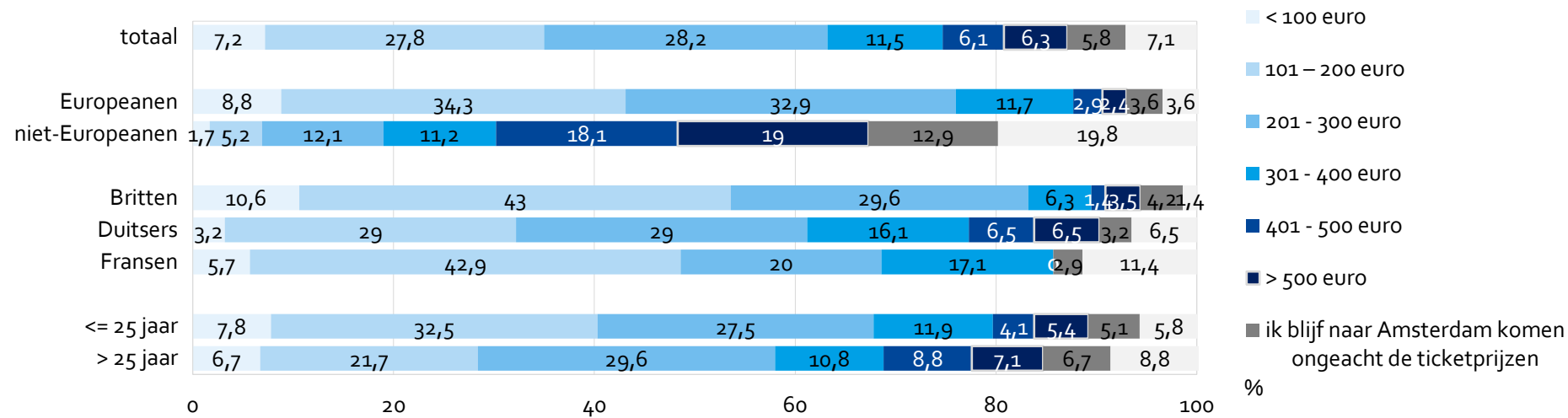
Van de Europese toeristen die met het vliegtuig komen heeft 88% maximaal 300 euro betaald voor hun vlucht. Voor 76% is dit ook het maximum dat zij willen betalen, terwijl 12% bereid is om tussen 301 en 400 euro te betalen voor een retourvlucht (Figuur 2.67). Een kleine groep (5%) is bereid om meer dan 400 euro te betalen. Daarnaast geeft 4% aan ongeacht de ticketprijzen naar Amsterdam te blijven komen. Onder de niet-Europeanen geeft 13% aan dat de ticketprijzen geen enkele belemmering vormen om naar Amsterdam te komen. Verder lijkt de bereidheid om meer te betalen voor een vliegticket onder deze groep kleiner dan onder Europeanen: 53% betaalde maximaal 500 euro voor een retourticket, en voor 48% is dit ook de maximale prijs die men bereid is te betalen.

Binnen de Europese groep zijn vooral de Britten niet bereid om meer dan 300 euro voor een retourticket te betalen: voor 83% is dat de bovengrens. Ter vergelijking, bij de Fransen is 300 euro voor 69% de bovengrens, en bij de Duitsers voor 61%. De Duitsers en Fransen zijn vaker dan Europeanen in het algemeen bereid om tussen 301 en 400 euro te betalen voor een retourvlucht. Daarnaast bestaan er verschillen tussen leeftijdscategorieën. Van de groep jonger dan 25 jaar is 80% niet bereid meer dan 400 euro voor een ticket te betalen. Binnen de groep ouder dan 25 jaar betreft dit 69%.

Figuur 2.5. Hoeveel heeft u betaald voor uw retourvlucht?

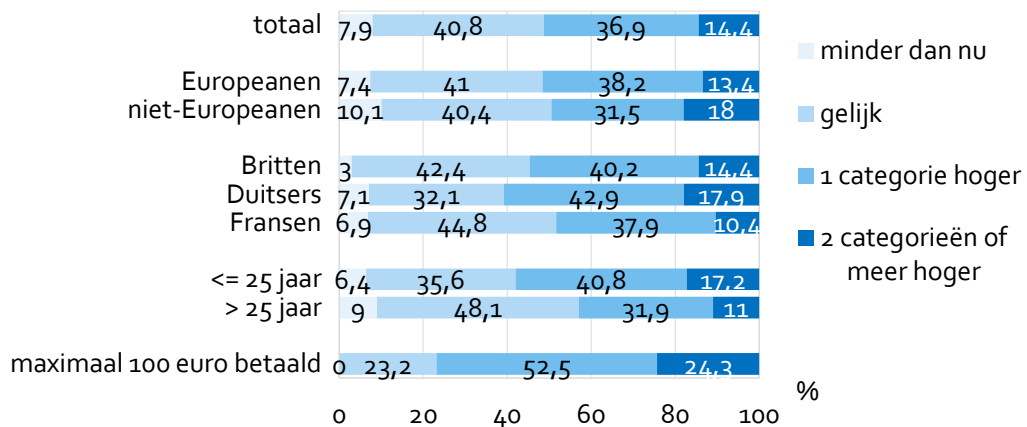


Figuur 2.6. Wat is de maximale prijs die u bereid zou zijn te betalen voor een retourvlucht naar Amsterdam?



Gemiddeld geeft 41% van de respondenten aan dat de prijs die voor het huidige retourticket is betaald ook de maximale prijs is die men bereid is te betalen, dus waarboven men niet meer naar Amsterdam zou komen (Figuur 2.7). Een bijna even grote groep (37%) is bereid om één prijscategorie hoger (dus maximaal 100 euro extra) te betalen. Een minderheid van 14% is zelfs bereid twee prijscategorieën hoger te betalen, terwijl 8% aangeeft zelfs minder te willen betalen dan nu reeds het geval is geweest. Onder de groep die nu met een 'budgetvlucht' is gekomen is de bereidheid om meer te betalen groot: 23% geeft aan dat de huidige prijs van maximaal 100 euro ook het maximum is dat men bereid is te betalen. Ruim de helft van deze respondenten (53%) is bereid één prijsklasse hoger te betalen voor een retourvlucht.

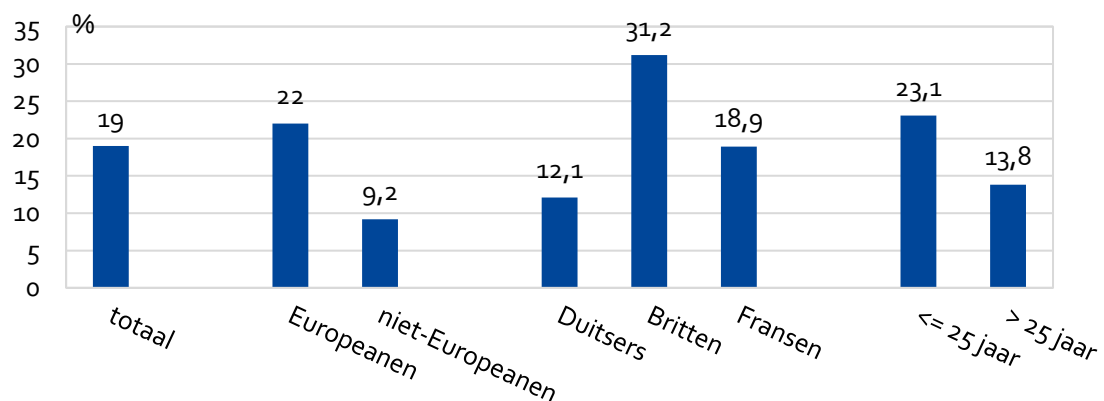
Figuur 2.7. Hoe veel meer bent u bereid te betalen voor een retourvlucht ten opzichte van het huidige ticket?



Wie reist met budgetvluchten?

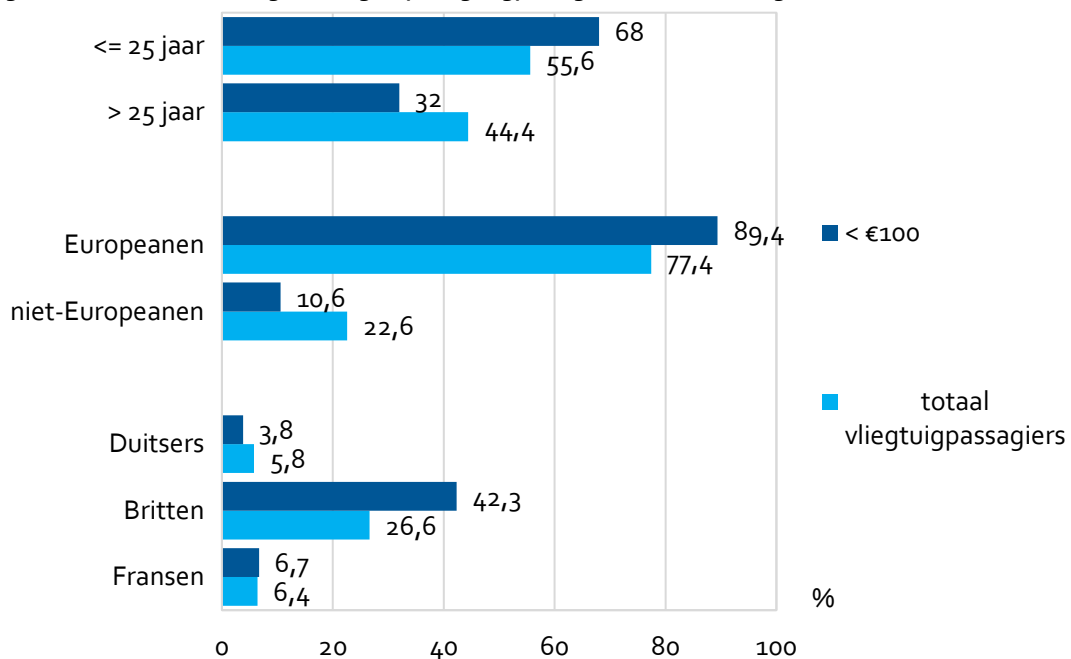
In totaal is 19% van de respondenten die per vliegtuig gereisd zijn met een budgetvlucht (minder dan 100 euro voor een retourticket naar Amsterdam gekomen (Figuur 2.8). Van de Europese toeristen heeft 22% minder dan 100 euro betaald; ruim twee keer zo vaak als niet-Europeanen (9%). Daarnaast hebben we de drie belangrijkste herkomstlanden eruit gelicht: de Duitsers, de Britten en de Fransen. Van deze drie groepen maken de Britten relatief het vaakst gebruik van budgetvluchten: 31% betaalde minder dan 100 euro voor een retourvlucht; dat is hoger dan het gemiddelde onder Europese toeristen (22%). De Britten vliegen ook vaker met budgetvluchten dan de Duitse (12%) en Franse toeristen (19%). Ook maken respondenten jonger dan 25 jaar vaker gebruik van budgetvluchten (23%) dan respondenten ouder dan 25 jaar (14%).

Figuur 2.8. Welke respondenten reizen met budgetvluchten?



De specifieke groep die gebruik maakt van goedkope vluchten komt duidelijker in beeld wanneer we de samenstelling van de totale populatie vliegtuigpassagiers vergelijken met die van de groep die maximaal 100 euro heeft betaald voor een retourticket (Figuur 2.9). Passagiers die gebruik maken van budgetvluchten zijn gemiddeld jonger: 68% is maximaal 25 jaar uit, vergeleken met 56% van de totale groep vliegtuigpassagiers. Van de groep die minder dan 100 euro heeft betaald is 89% Europees, vergeleken met 77% van de totale groep vliegtuigpassagiers. Van de drie grootste herkomstlanden valt op dat de groep Britse toeristen sterk oververtegenwoordigd is: deze groep maakt 27% van de totale vliegtuigpassagiers uit, maar 42% van de passagiers die met een budgetvlucht naar Amsterdam reizen. Ter vergelijking, van de Franse groep reist 7% met een budgetvlucht en van de Duitse groep 4%. Daarmee zijn deze groepen ongeveer even sterk vertegenwoordigd binnen de groep die met een budgetvlucht reist, als binnen de totale groep vliegtuigpassagiers.

Figuur 2.9. De samenstelling van de groep vliegtuigpassagiers, totaal en budgetvluchten (< €100)



2.3 Bezoekmotieven

De respondenten is gevraagd welk aspect het meest doorslaggevend is geweest voor hun keuze om naar Amsterdam te komen. Ook is voor een aantal specifieke aspecten gevraagd in hoeverre deze een belangrijke rol hebben gespeeld.

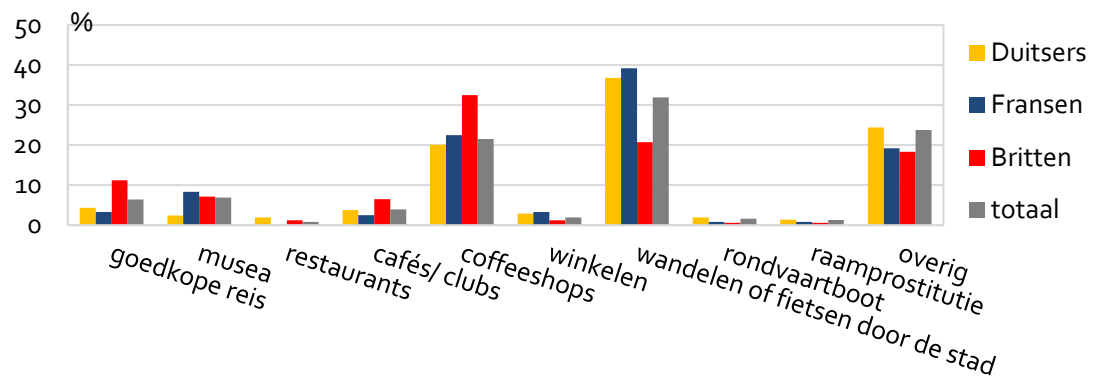
Belangrijkste reden komt Amsterdam

De meest genoemde belangrijkste reden om naar Amsterdam te komen is wandelen of fietsen door de stad (32%), gevolgd door een overige reden (23%, waarbinnen familie of vrienden bezoeken, architectuur en de stad zelf het vaakst genoemd worden) en coffeeshops (22%) (Figuur 2.10). Op afstand volgen musea (7%) en een goedkope reis (6%). Raamprostitutie wordt door niet meer dan 1% als belangrijkste reden genoemd. Opvallend is verder dat musea,

restaurants, en cafés en clubs wel vaak belangrijk worden gevonden, maar slechts door een kleine groep als de hoofdreden wordt genoemd om naar Amsterdam te komen.

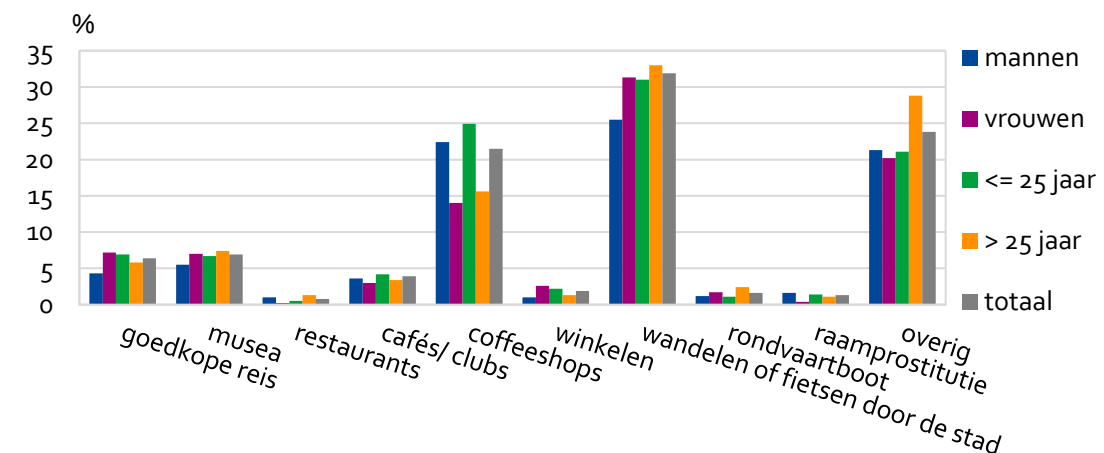
Wanneer we de drie belangrijkste herkomstgroepen apart bestuderen valt op dat voor de Britten coffeeshops met afstand de meest genoemde hoofdreden zijn om naar Amsterdam te komen: 33%. Zij noemen wandelen of fietsen door de stad minder vaak als hoofdreden (21%) dan gemiddeld (32%) en geven juist vaker aan dat een goedkope reis de hoofdreden is geweest: 11% tegenover 6% gemiddeld. De Fransen en Duitsers noemen juist vaker dan gemiddeld wandelen of fietsen door de stad als hoofdreden (respectievelijk 39% en 37%), terwijl zij ongeveer even vaak als gemiddeld coffeeshops als hoofdreden noemen (respectievelijk 23% en 20%).

Figuur 2.10. Wat was de meest belangrijke reden om naar Amsterdam te komen?, totaal en naar herkomstlanden.



Wanneer we uitsplitsen naar geslacht en leeftijd valt op dat mannen wandelen of fietsen door de stad minder vaak als hoofdreden noemen om naar Amsterdam te komen (26%) dan vrouwen (31%) (Figuur 2.11). Daarentegen worden coffeeshops veel vaker als hoofdreden genoemd door mannen (22%) dan door vrouwen (14%). Bij coffeeshops zien we bovendien een verschil tussen leeftijdscategorieën: van de groep tot en met 25 jaar noemt 25% dit als hoofdreden, vergeleken met 16% bij de groep ouder dan 25 jaar.

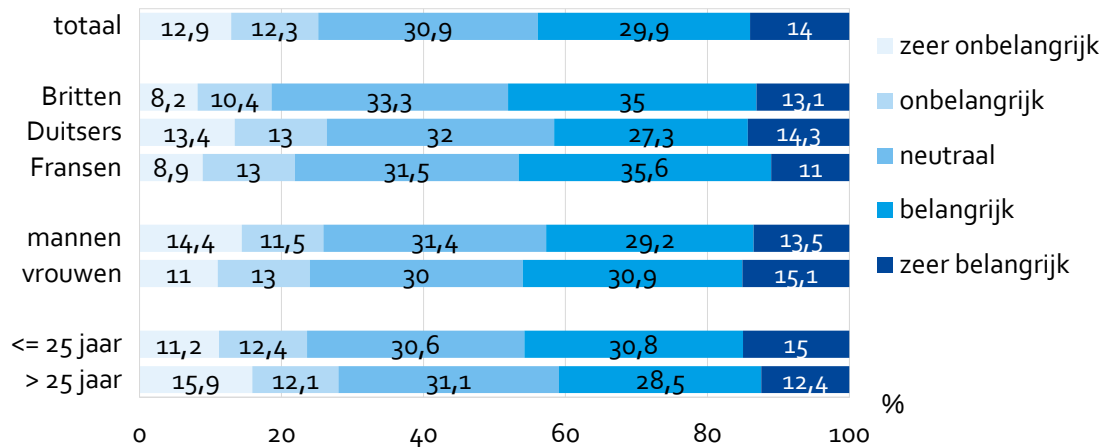
Figuur 2.11. Wat was de meest belangrijke reden om naar Amsterdam te komen?, totaal en naar geslacht en leeftijd.



Goedkope reis

Minder dan de helft (44%) van alle respondenten vindt een goedkope reis belangrijk of zeer belangrijk (Figuur 2.12). Slechts een kwart van de respondenten vindt een goedkope reis (zeer) onbelangrijk; 31% staat hier neutraal tegenover. Uitgesplitst naar de drie belangrijkste herkomstlanden zien we dat Fransen en Britten dit aspect relatief vaker belangrijk vinden (maar niet vaker zeer belangrijk) dan gemiddeld. Voor Duitsers is een goedkope reis juist minder vaak belangrijk dan gemiddeld. Verschillen tussen mannen en vrouwen en tussen toeristen jonger en ouder dan 25 zijn beperkt.

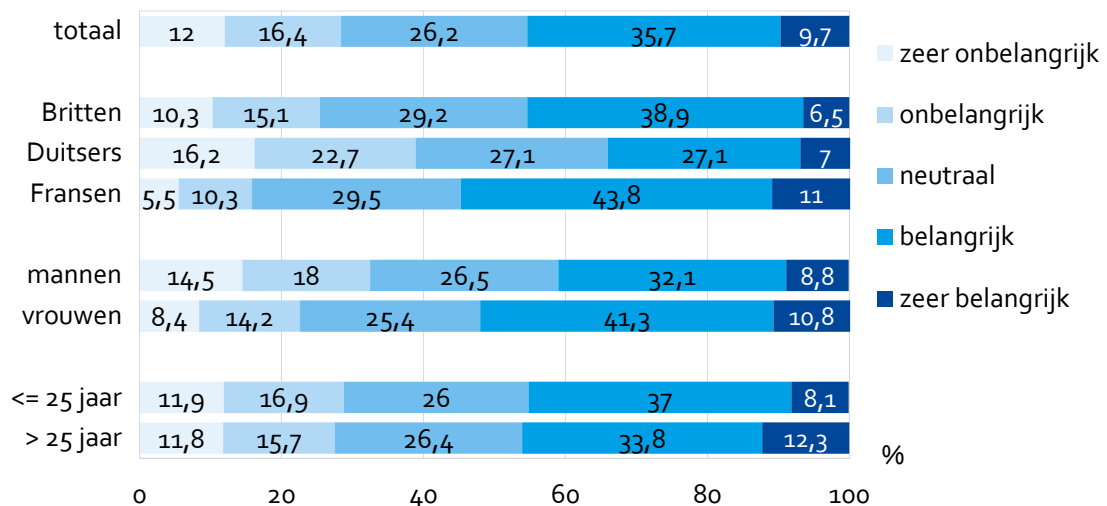
Figuur 2.12. Hoe belangrijk was een goedkope reis voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?



Musea

Bijna de helft van de respondenten vindt musea (zeer) belangrijk (45%); een minderheid van 28% vindt dit aspect (zeer) onbelangrijk (Figuur 2.13). Uitgesplitst naar de drie grootste herkomstlanden valt op dat voor de Franse en Britse bezoekers musea vaker een belangrijke rol hebben gespeeld bij de beslissing om naar Amsterdam te komen, terwijl voor Duitsers musea juist wat minder vaak belangrijk waren. Verder worden musea vaker (zeer) belangrijk gevonden door vrouwen (53%) dan door mannen (41%).

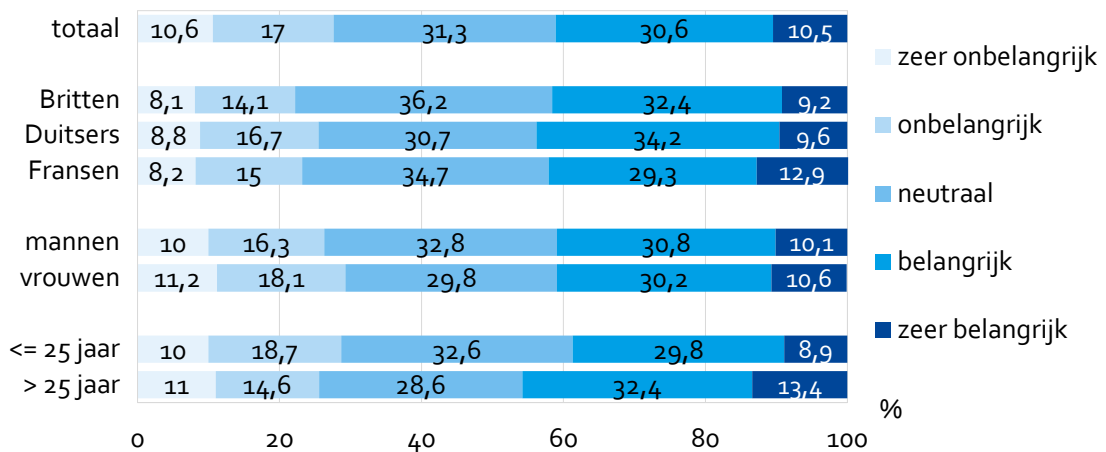
Figuur 2.13. Hoe belangrijk waren musea voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?



Restaurants

In totaal geeft 41% van de respondenten aan dat restaurants een belangrijke rol hebben gespeeld bij de beslissing om naar Amsterdam te komen; voor 28% was dit aspect (zeer) onbelangrijk (Figuur 2.14). De groep ouder dan 25 jaar vindt dit aspect iets vaker belangrijk (46%) dan gemiddeld. Ook Duitse toeristen geven iets vaker (44%) aan dat restaurants een (zeer) belangrijke rol hebben gespeeld voor hun komst naar Amsterdam.

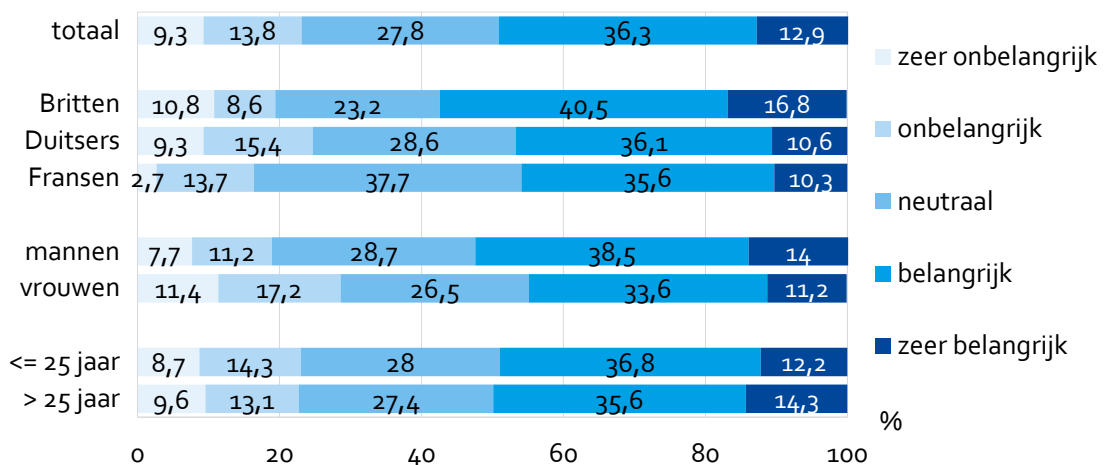
Figuur 2.14. Hoe belangrijk waren restaurants voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?



Cafés en clubs

Bijna de helft van de populatie (49%) vindt cafés en clubs een belangrijke of zeer belangrijke overweging om naar Amsterdam te komen (Figuur 2.15). Bij de Britten ligt dit aandeel hoger: 57%. Ook vinden mannen dit aspect vaker (zeer) belangrijk (53%) dan vrouwen (45%).

Figuur 2.15. Hoe belangrijk waren cafés en clubs voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?

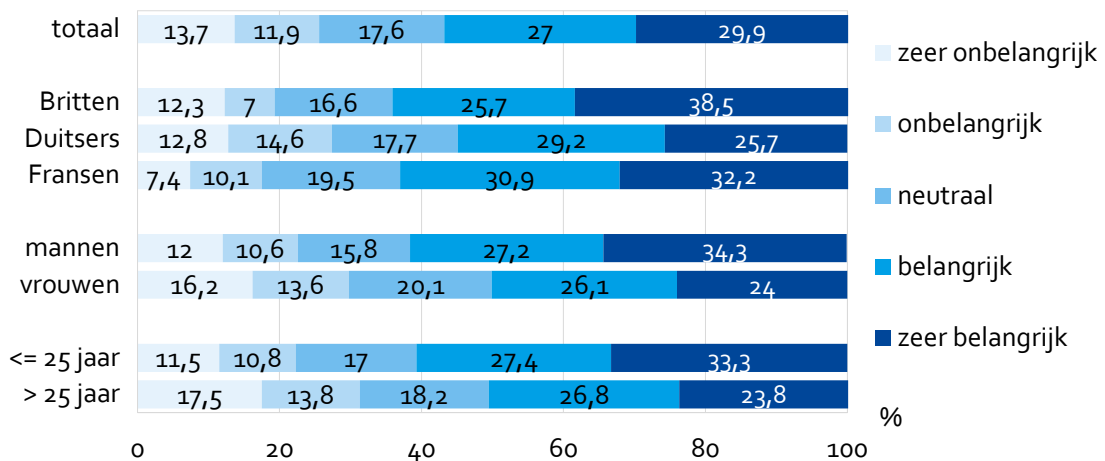


Coffeeshops

Coffeeshops worden door een meerderheid (57%) van alle respondenten als een (zeer) belangrijk aspect gezien in de afweging om naar Amsterdam te komen (Figuur 2.16). Vergeleken met andere aspecten worden coffeeshops ook vaker als zeer belangrijk gezien (30%). Dit aspect wordt door Britten vaker belangrijk gevonden: van de Britse bezoekers vindt 64% coffeeshops

(zeer) belangrijk. Opvallend is vooral dat Britten aanzienlijk vaker aangeven coffeeshops zelfs zeer belangrijk te vinden: 39%, vergeleken met 30% gemiddeld. Ook de Franse bezoekers vinden coffeeshops bovengemiddeld vaak (zeer) belangrijk: 63%. Verder zien we opvallende verschillen naar geslacht en leeftijd. Mannen vinden coffeeshops vaker (zeer) belangrijk (62%) dan vrouwen (50%), en de groep jonger dan 25 jaar vindt dit aspect vaker (zeer) belangrijk (61%) dan de groep ouder dan 25 jaar (51%).

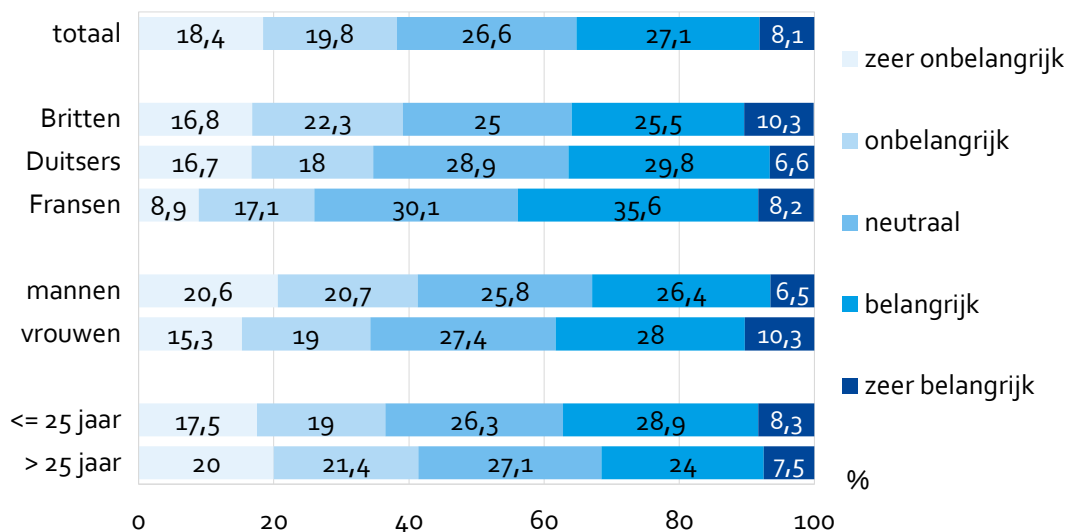
Figuur 2.16. Hoe belangrijk waren coffeeshops voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?



Winkelen

Winkelen wordt door 35% van alle respondenten genoemd als (zeer) belangrijke reden om naar Amsterdam te komen (Figuur 2.17). Voor een grotere groep van 38% was dit aspect echter (zeer) onbelangrijk. Voor de Franse groep wordt winkelen vaker dan gemiddeld belangrijk gevonden (44%). Mannen en toeristen ouder dan 25 jaar geven juist vaker aan dat dit aspect onbelangrijk is geweest.

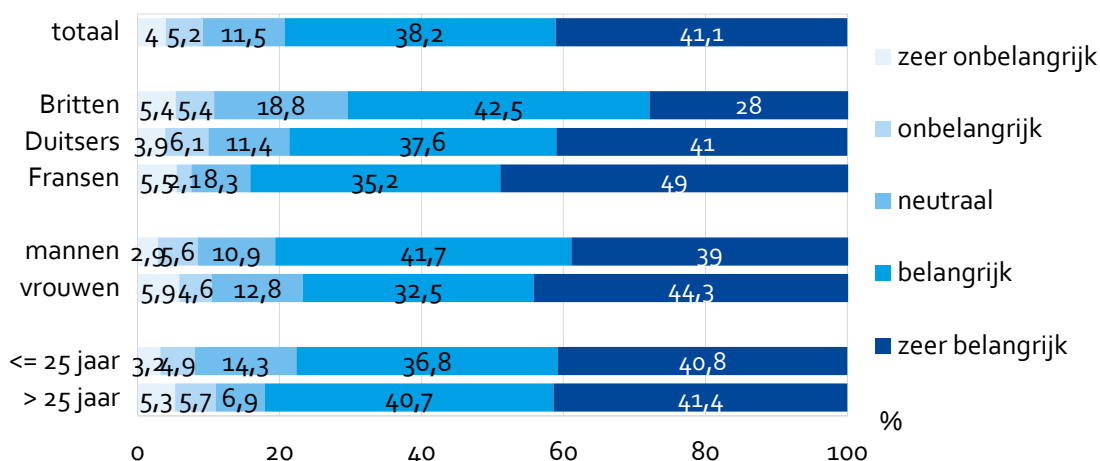
Figuur 2.17. Hoe belangrijk was winkelen voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?



Wandelen of fietsen door de stad

Een ruime meerderheid (79%) van de respondenten vindt wandelen of fietsen door de stad belangrijk (38%) of zeer belangrijk (41%) (Figuur 2.18). Dit geldt voor de Britse respondenten ook, al wordt dit aspect door deze groep minder vaak zeer belangrijk gevonden (28%) dan gemiddeld. Voor de Franse groep is dit aspect juist vaker belangrijk geweest als reden voor hun komst (84%).

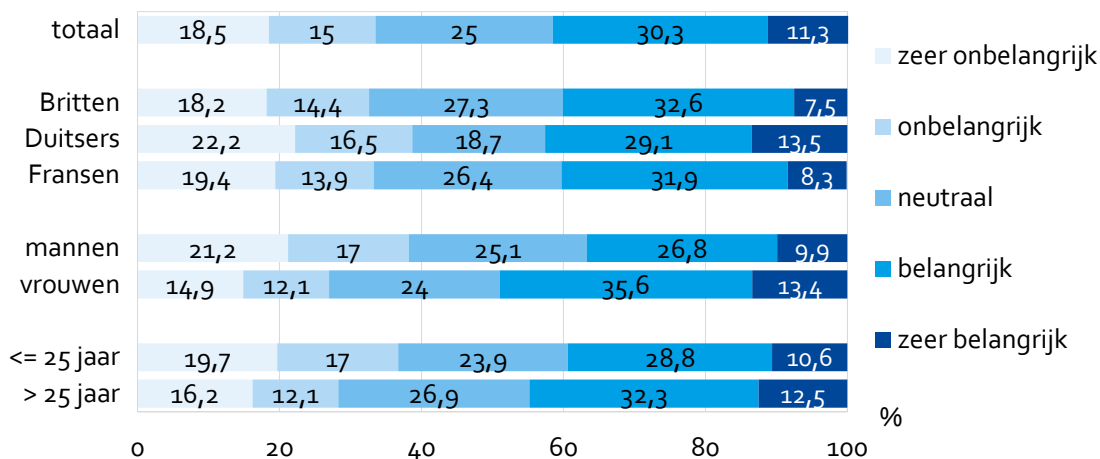
Figuur 2.18. Hoe belangrijk was wandelen of fietsen door de stad voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?



Rondvaartboot

Minder dan de helft (42%) van de respondenten vindt rondvaartboten (zeer) belangrijk als reden om naar Amsterdam te komen (figuur 2.19). Ruim een derde (34%) vond dit aspect (zeer) onbelangrijk. Vrouwen geven vaker aan dat dit aspect (zeer) belangrijk is geweest (49%) dan mannen (37%).

Figuur 2.19. Hoe belangrijk was een rondvaartboot voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?

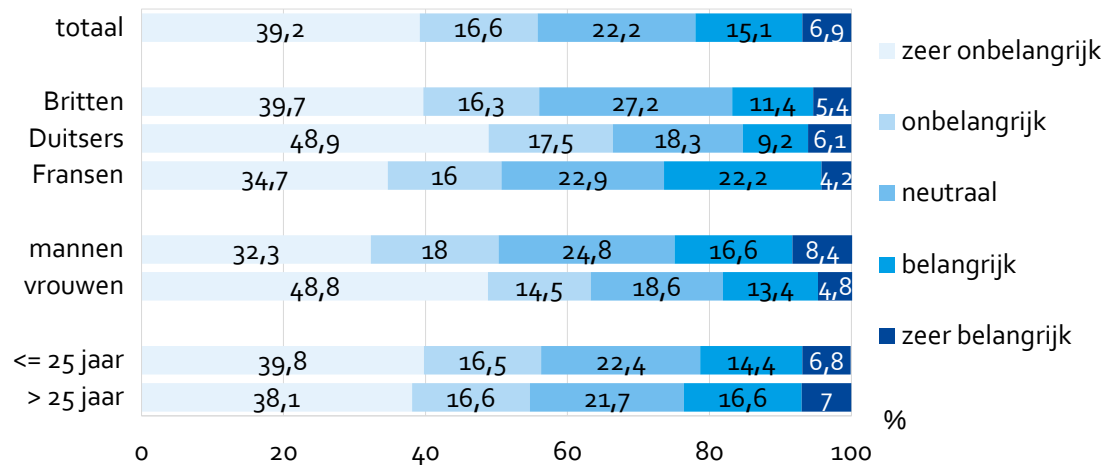


Raamprostitutie

Ruim de helft (56%) van de respondenten vindt raamprostitutie (zeer) onbelangrijk (Figuur 2.20). Minder dan een kwart (22%) vindt dit aspect (zeer) belangrijk. De Duitsers vinden dit aspect

aanzienlijk vaker (zeer) onbelangrijk (66%) dan gemiddeld. De Franse groep geeft iets vaker dan gemiddeld (26%) aan dat dit aspect een (zeer) belangrijke rol heeft gespeeld bij de beslissing naar Amsterdam te komen. We zien ook verschillen tussen mannen en vrouwen: waar dit aspect (zeer) onbelangrijk is voor 63% van de vrouwen, geldt dit voor 50% van de mannen.

Figuur 2.20. Hoe belangrijk was raamprostitutie voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?



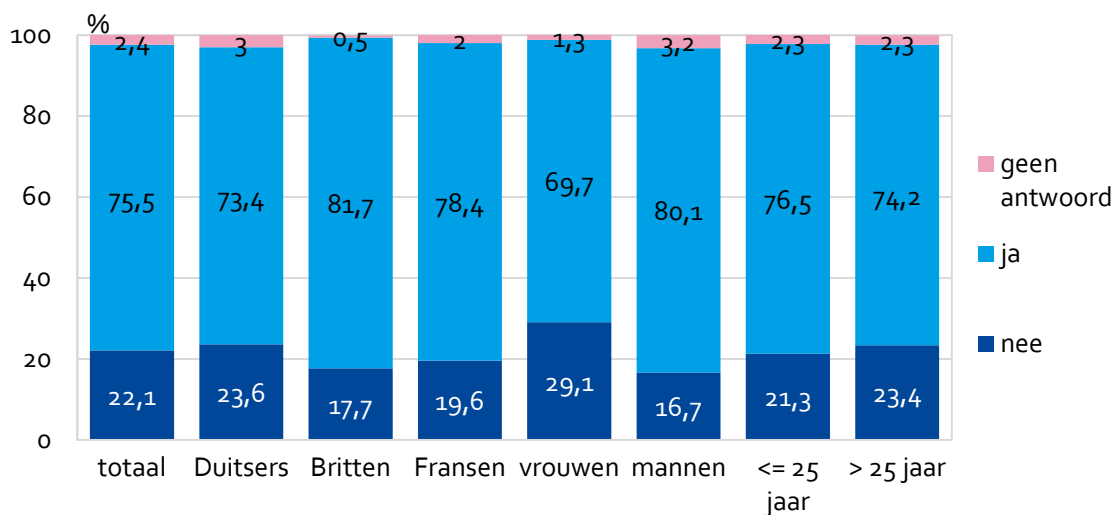
3 Resultaten cannabisgebruik en coffeeshopbezoek

In dit hoofdstuk gaan we in op het cannabisgebruik en het bezoek aan coffeeshops door de bezoekers van het Singel/ Wallengebied. Daarbij is de respondenten ook een optie voorgelegd waarbij toeristen niet meer bij coffeeshops naar binnen zouden mogen. Onderzocht is welk effect deze maatregel zou hebben op hun bereidheid naar Amsterdam te komen en –indien zij zouden blijven komen- op hun eventuele gebruik van cannabis tijdens het verblijf.

3.1 Cannabisgebruik

Van de jonge toeristen die het Singel/ Wallengebied bezoeken gebruikt een ruime meerderheid cannabis. Van alle respondenten heeft 77% vóór het bezoek aan Amsterdam cannabis gebruikt (figuur 3.1). Onder de Britse bezoekers ligt dit aandeel hoger (82%), terwijl ook de Franse groep vaker dan gemiddeld (78%) cannabis gebruikt heeft. Opvallend is verder dat mannen aanzienlijk vaker aangeven cannabis te hebben gebruikt (80%) dan vrouwen (70%).

Figuur 3.1. Heeft u voordat u naar Amsterdam kwam wel eens hasj of wiet gebruikt?

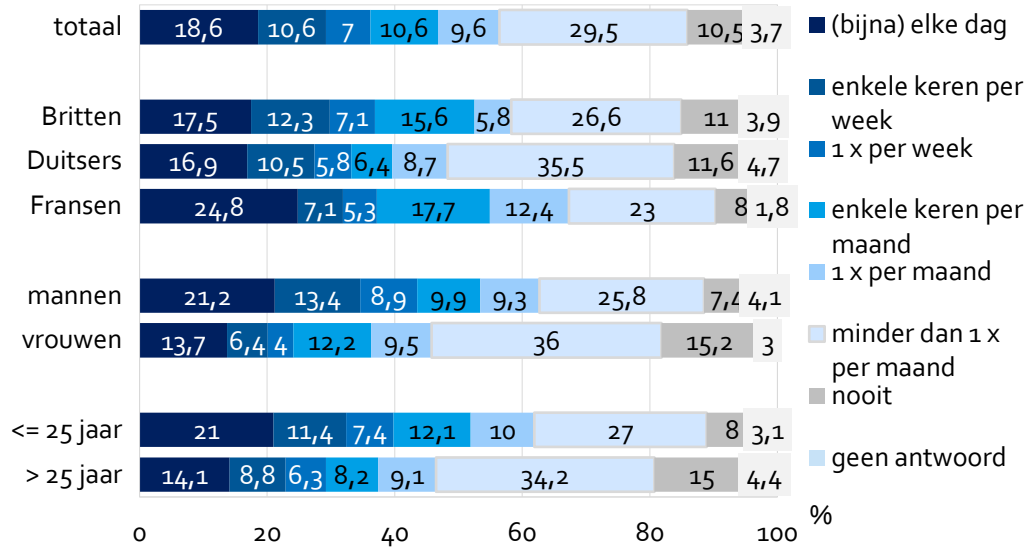


Van alle respondenten die eerder in eigen land cannabis gebruikt hebben doet 36% dat minimaal één keer per week, en 19% (vrijwel) dagelijks (Figuur 3.2). De grootste groep (30%) gebruikt minder dan één keer per maand. Uitgesplitst naar de drie belangrijkste herkomstgroepen valt vooral op dat de Fransen het vaakst (vrijwel) dagelijks cannabis gebruiken (25%). De Duitsers gebruiken juist vaker dan gemiddeld minder dan één keer per maand (36%).

We zien wel grote verschillen tussen mannen en vrouwen. Mannen gebruiken bijna twee keer zo vaak minstens één keer per week cannabis (44%) dan vrouwen (24%). Ook naar leeftijd zien we

verschillende resultaten: de groep tot en met 25 jaar oud gebruikt vaker minstens één keer per week cannabis (40%) dan de groep ouder dan 25 jaar (29%).

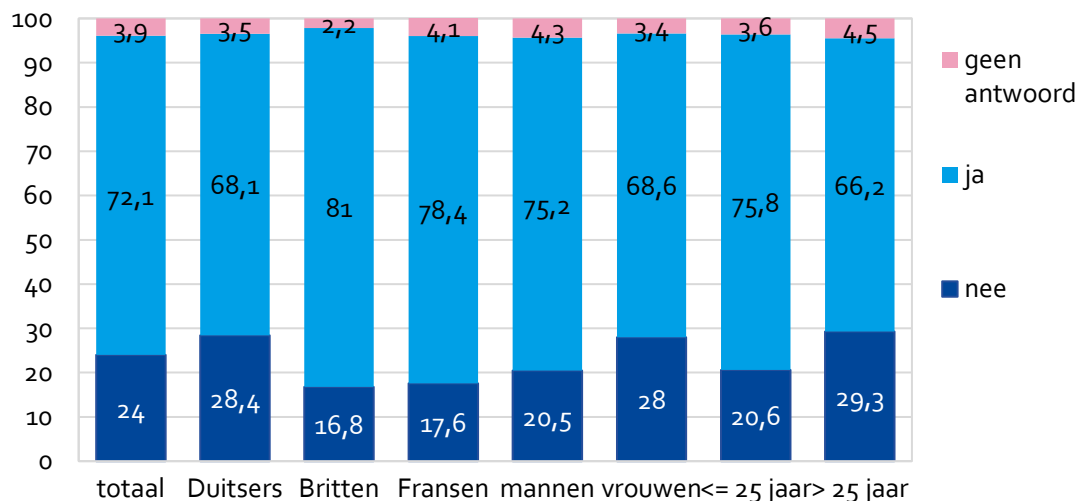
Figuur 3.2. Hoe vaak gebruikt u in uw eigen land hasj of wiet?



3.2 Bezoek coffeeshops

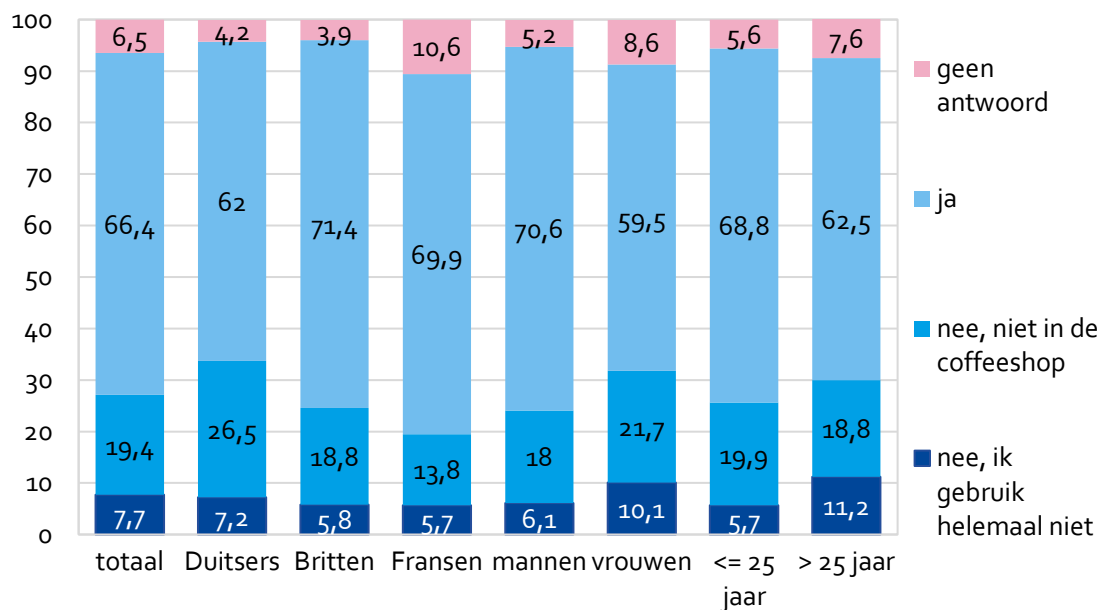
Bijna driekwart van de respondenten (72%) is naar een coffeeshop geweest tijdens dit verblijf in Amsterdam, of is dat nog van plan (Figuur 3.3). Dit aandeel ligt hoger dan gemiddeld onder de Britse (81%) en Franse (78%) respondenten. De grootste groep, de Duitsers, bezoekt juist wat minder vaak dan gemiddeld een coffeeshop (68%). Wederom zien we dat mannen vaker een coffeeshop bezoeken dan vrouwen (respectievelijk 75% en 68%), en dat de groep tot en met 25 jaar dat vaker doet (76%) dan de groep ouder dan 25 jaar (66%).

Figuur 3.3. Bent u tijdens dit verblijf in een coffeeshop in Amsterdam geweest, of bent u dat nog van plan?



Van alle respondenten gebruikt 66% ook zelf hasj of wiet in de coffeeshop (Figuur 3.4). Daarnaast geeft 19% aan wel te gebruiken, maar buiten de coffeeshop. Een minderheid van 8% gebruikt helemaal niet. Uitgesplitst naar de drie grootste herkomstgroepen zien we dat de Britten (71%) en de Fransen (70%) vaker dan gemiddeld zelf hasj of wiet gebruiken in de coffeeshop, en Duitsers juist minder vaak (62%). Mannen gebruiken vaker hasj of wiet in de coffeeshop (71%) dan vrouwen (60%). De groep tot en met 25 jaar doet dit bovendien vaker (69%) dan de groep ouder dan 25 jaar (63%).

Figuur 3.4. Gebruikt u zelf hasj of wiet in de coffeeshop?

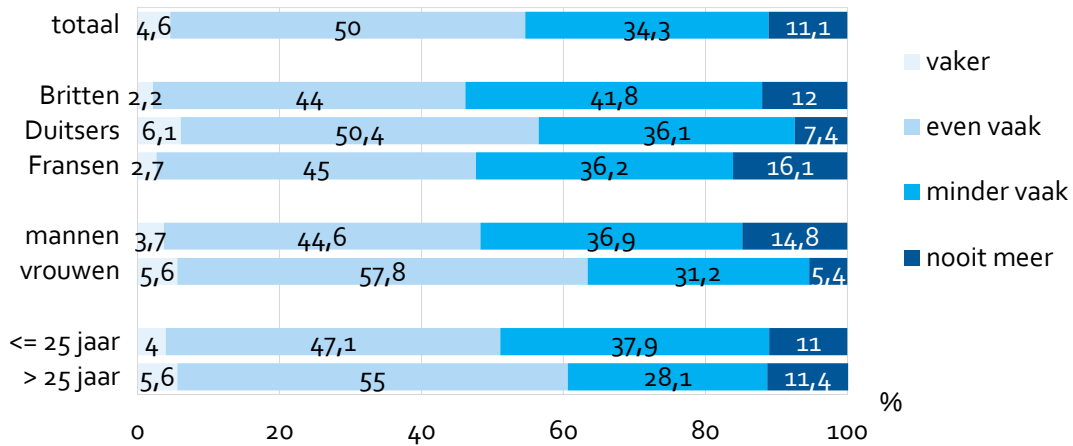


3.3 Optie sluiting coffeeshops voor toeristen (i-criterium)

Aan respondenten is een beleidsoptie voorgelegd waarbij buitenlandse toeristen niet meer in de coffeeshops naar binnen mogen (het i-criterium). In totaal geeft 34% van de respondenten aan Amsterdam in dat geval minder vaak te zullen bezoeken, en 11% zou zelfs nooit meer komen (Figuur 3.5). Voor 5% van de respondenten is het i-criterium de enige van de voorgelegde opties die ertoe leidt dat zij weg zullen blijven; 6% geeft zowel bij het i-criterium als bij andere opties aan nooit meer te zullen komen (zie Hoofdstuk 5).

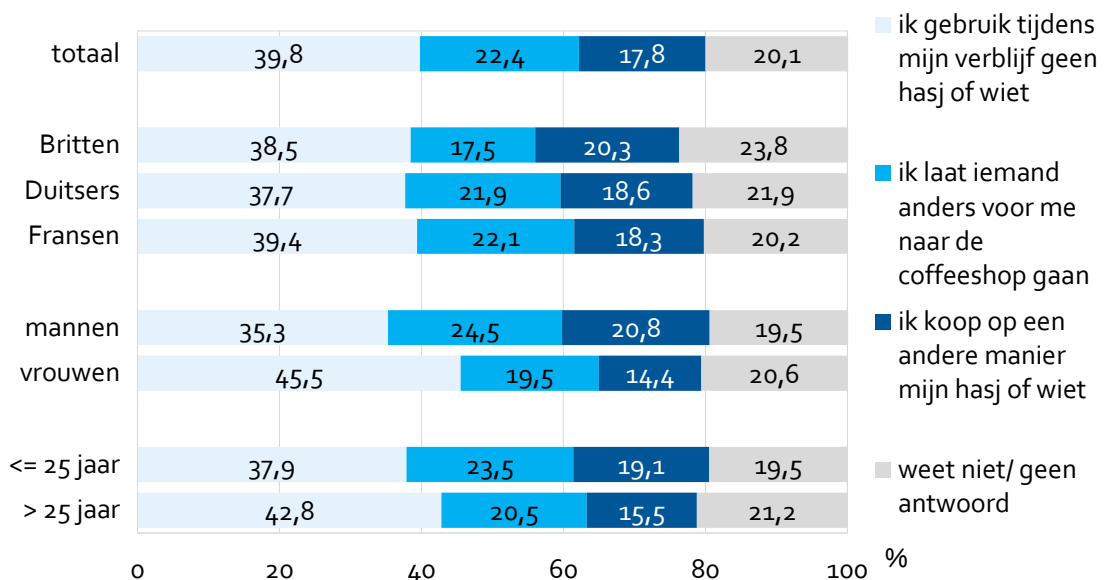
De Britse bezoekers geven relatief vaker (42%) aan minder vaak naar Amsterdam te zullen komen, terwijl de Franse bezoekers juist relatief vaker nooit meer komen (16%). Opvallend is verder dat mannen vaker aangeven minder vaak (37%) of nooit meer (15%) naar Amsterdam te komen wanneer zij de coffeeshop niet meer binnen mogen dan vrouwen (respectievelijk 31% en 5%). Ook geeft de groep tot en met 25 jaar relatief vaker aan minder vaak te zullen komen (38%) dan de groep ouder dan 25 jaar (28%).

Figuur 3.5. Stel dat buitenlandse toeristen niet meer in coffeeshops naar binnen mogen. Hoe vaak komt u dan nog naar Amsterdam?



Veertig procent van de respondenten die naar Amsterdam blijven komen geeft aan geen hasj of wiet meer te zullen gebruiken indien bij een volgend bezoek aan Amsterdam de coffeeshop niet meer betreden mag worden (Figuur 3.6). Nog eens 22% geeft aan iemand anders naar de coffeeshop te laten gaan. Een groep van 18% geeft aan op een andere manier hasj of wiet te kopen. Vrouwen geven vaker dan mannen aan in dat geval niet meer te gebruiken: 46% tegenover 35%. Mannen zijn vaker dan vrouwen bereid om anderen naar de coffeeshop te laten gaan of op een andere manier hasj of wiet te kopen. De groep ouder dan 25 jaar is vaker bereid af te zien van cannabis gebruik (43%) dan de groep tot en met 25 jaar (38%).

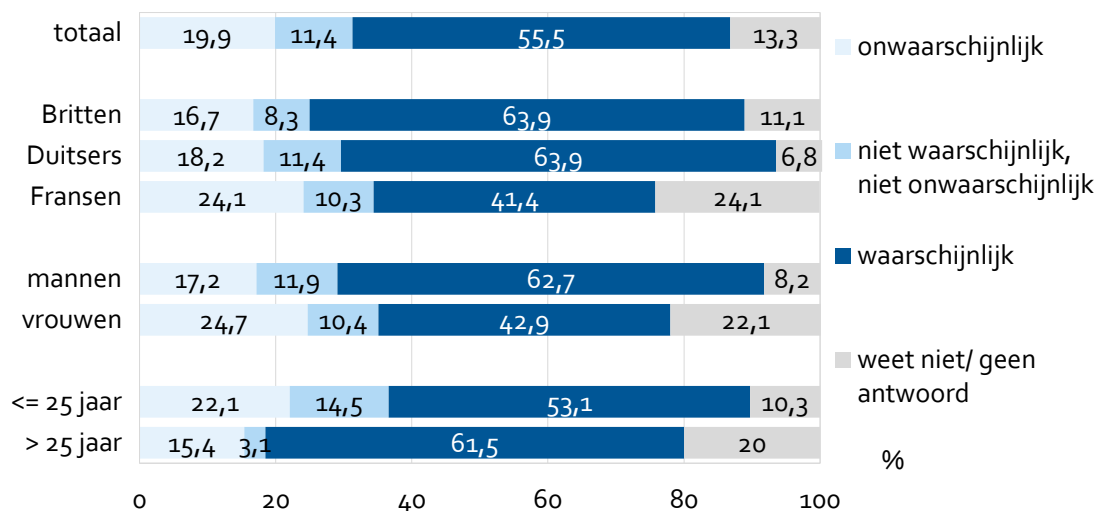
Figuur 3.6. Wanneer u in Amsterdam bent, maar niet naar een coffeeshop mag. Wat zou u dan doen?



Van de respondenten die op een andere manier aan hun hasj of wiet verwachten te komen, acht meer dan de helft (56%) het ook waarschijnlijk dat er in Amsterdam buiten een coffeeshop hasj of wiet te koop is, bijvoorbeeld via straathandel of een o6-dealer (Figuur 3.7). We zien dat mannen dit vaker (63%) waarschijnlijk achten dan vrouwen (43%), en respondenten ouder dan 25

vaker dan respondenten tot en met 25. Uitgesplitst naar de grootste herkomstgroepen valt op dat Britten en Duitsers dit vaker waarschijnlijk achten (beiden 64%) dan de Fransen (41%). Kanttekening daarbij is dat deze vraag door niet meer dan 211 respondenten is ingevuld, waardoor de resultaten per herkomstgroep voor deze vraag minder betrouwbaar zijn.

Figuur 3.7. Hoe waarschijnlijk acht u het dat u buiten een coffeeshop (bijvoorbeeld via straathandel of een 06-dealer) hasj of wiet kunt kopen in Amsterdam?



4 Resultaten onderzochte opties m.b.t. Singel/ Wallengebied

Respondenten is ook de optie voorgelegd dat er entreegeld moet worden betaald om het Singel/ Wallengebied te betreden. Vervolgens is doorgevraagd hoe belangrijk een aantal aspecten zijn voor hun bereidheid om entree te betalen. Tot slot zijn een drietal opties voorgelegd over de toekomst van het Wallengebied: één waarbij enkel raamprostitutie verdwijnt, één waarbij alle vormen van prostitutie en seksentertainment verdwijnen en één waarbij een nieuw seksentertainment gebied wordt geopend buiten het Centrum.

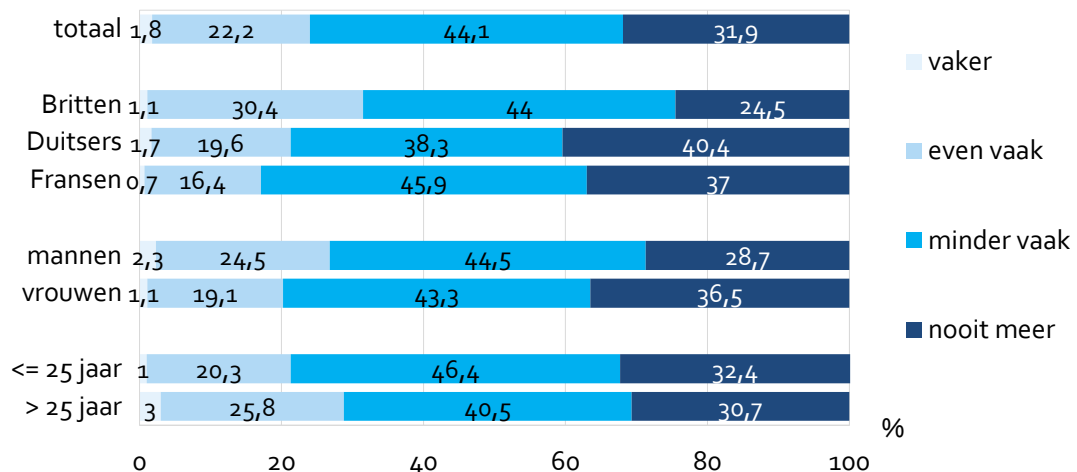
4.1 Optie entreegeld Singel/ Wallengebied

Effect entreegeld op bezoekfrequentie

Wanneer er entreegeld zou moeten worden betaald om het Singel/ Wallengebied te betreden zou ongeveer een derde van alle respondenten (32%) er nooit meer komen en 44% minder vaak (Figuur 4.1). Bijna een kwart (22%) geeft aan even vaak te zullen komen en een minderheid van 2% verwacht zelfs vaker te zullen komen. Voor 25% van de respondenten is entreegeld de enige voorgestelde maatregel die ertoe leidt dat zij nooit meer zullen komen; 7% blijft zowel door entreegeld als door andere opties weg (zie Hoofdstuk 5).

De Britten wijken af van het gemiddelde. Hoewel zij even vaak als gemiddeld aangeven minder vaak te zullen komen geven zij minder vaak aan dat zij nooit meer zullen komen (25%). Zij geven ook vaker dan gemiddeld aan dat zij even vaak zullen blijven komen (30%). Vooral de Fransen komen vaker dan gemiddeld minder vaak (46%) of nooit meer (37%) indien er entreegeld moet worden betaald. De Duitsers geven het vaakst aan nooit meer te zullen komen (40%).

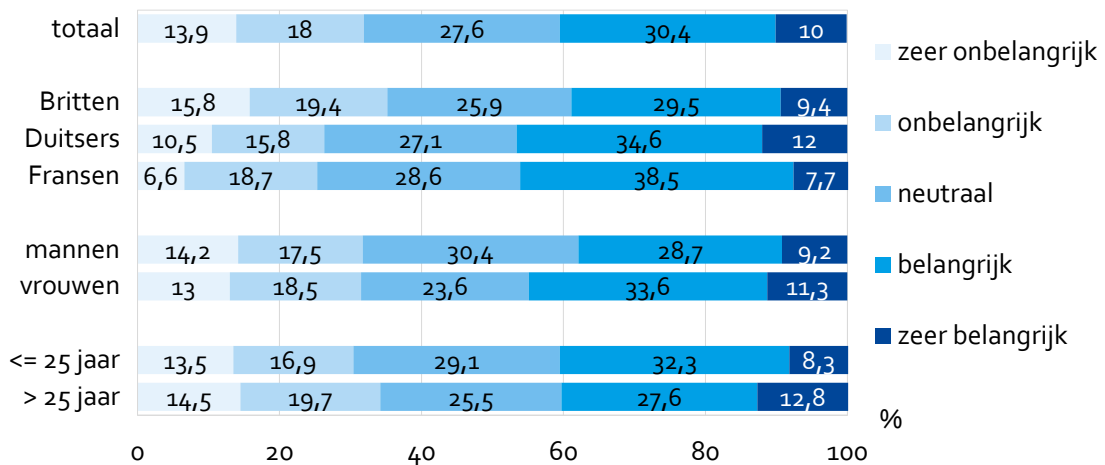
Figuur 4.1. Als er entree zou moeten worden betaald om het Singel/ Wallengebied te betreden, hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?



Het belang van verschillende aspecten voor de bereidheid om entree te betalen

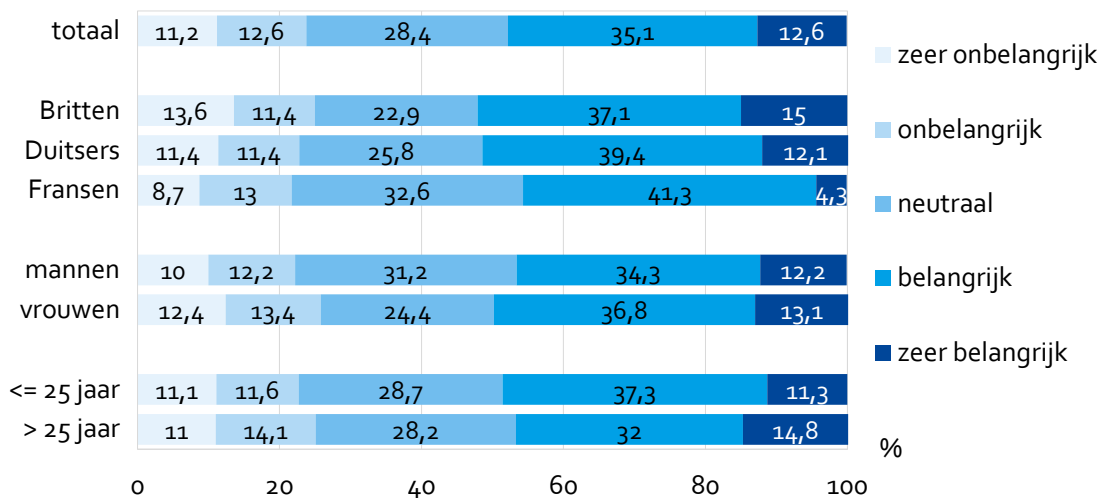
Over het belang van restaurants voor de bereidheid om entree te betalen voor het Singel/ Wallengebied zijn de respondenten verdeeld. Van alle respondenten vindt 40% restaurants een (zeer) belangrijk aspect, terwijl het voor 32% (zeer) onbelangrijk is (Figuur 4.2). Van de drie grootste herkomstgroepen hechten de Duitsers (47%) en de Fransen (46%) meer waarde aan restaurants. Het aspect wordt ook vaker (zeer) belangrijk gevonden door vrouwen (45%) dan door mannen (38%).

Figuur 4.2. Hoe belangrijk is de aanwezigheid van restaurants voor uw bereidheid om entree betalen om het Singel/ Wallengebied te betreden?



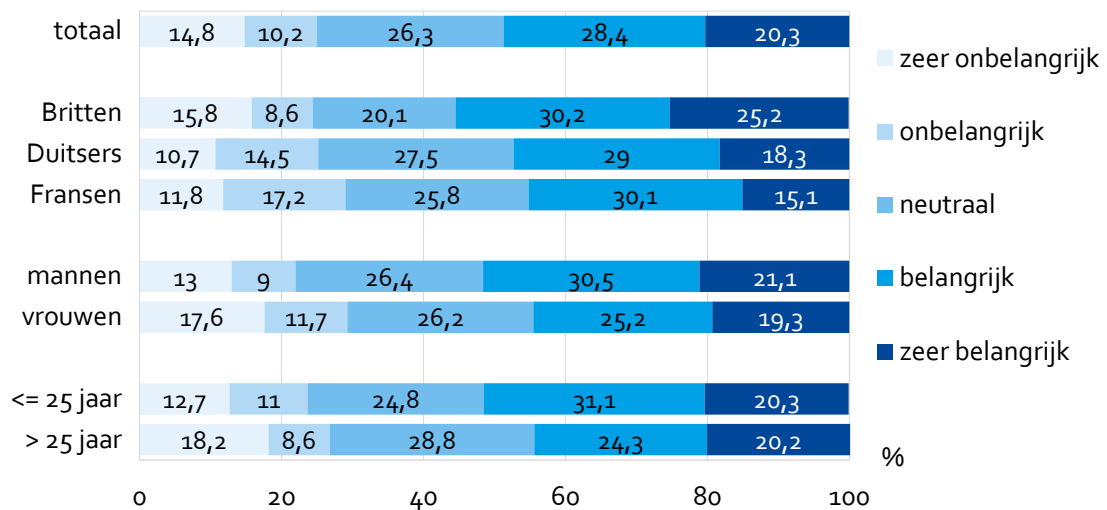
Bijna de helft van de respondenten (48%) vindt cafés en clubs (zeer) belangrijk voor de bereidheid om entree te betalen voor het Singel/ Wallengebied (Figuur 4.3). Een minderheid van 24% vindt dit aspect (zeer) onbelangrijk. Van de grootste herkomstgroepen vinden de Britten en de Duitsers (beiden 52%) dit aspect vaker (zeer) belangrijk.

Figuur 4.3. Hoe belangrijk is de aanwezigheid van cafés en clubs voor uw bereidheid om entree betalen om het Singel/ Wallengebied te betreden?



De aanwezigheid van coffeeshops speelt bij de helft van de respondenten (49%) een (zeer) belangrijke rol bij de bereidheid om entree te betalen voor het Singel/ Wallengebied (Figuur 4.4). Voor de Britten is dit nog iets belangrijker dan gemiddeld: 55%. Ook zien we dat mannen meer belang hechten aan de aanwezigheid van coffeeshops in het gebied: 52% vindt dit aspect (zeer) belangrijk, tegenover 35% van de vrouwen. Daarnaast vindt de groep tot en met 25 jaar coffeeshops vaker (zeer) belangrijk (51%) dan de groep ouder dan 25 jaar (45%).

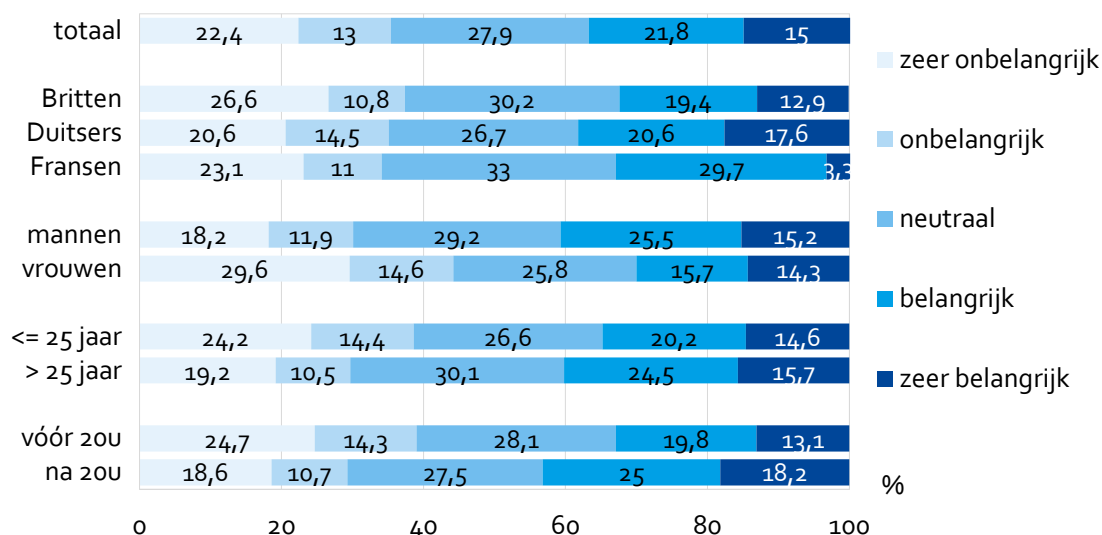
Figuur 4.4. Hoe belangrijk is de aanwezigheid van coffeeshops voor uw bereidheid om entree betalen om het Singel/ Wallengebied te betreden?



Over het belang van raamprostitutie voor de bereidheid entree te betalen voor het Singel/ Wallengebied zijn de respondenten verdeeld: 37% vindt dit (zeer) belangrijk en 35% (zeer) onbelangrijk (Figuur 4.5). Uitgesplitst naar deelgroepen valt vooral op dat vrouwen raamprostitutie veel vaker (zeer) onbelangrijk vinden (44%) dan mannen (30%). Ook vindt de groepen tot en met 25 jaar oud raamprostitutie vaker (zeer) onbelangrijk (39%) dan de groep ouder dan 25 jaar (30%).

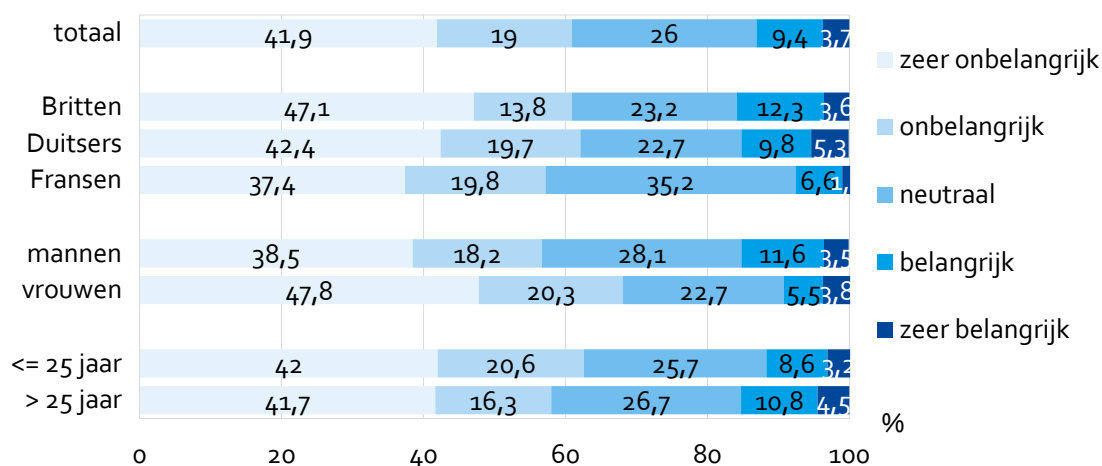
Wanneer we onderscheid maken tussen respondenten die vóór of na 20u zijn ondervraagd zien we een noemenswaardig verschil. Van de groep die 's avonds is ondervraagd vindt 43% raamprostitutie een (zeer) belangrijk aspect, vergeleken met 33% van de groep die op een vroeger tijdstip de enquête heeft ingevuld.

Figuur 4.5. Hoe belangrijk is de aanwezigheid van raamprostitutie voor uw bereidheid om entree betalen om het Singel/ Wallengebied te betreden?



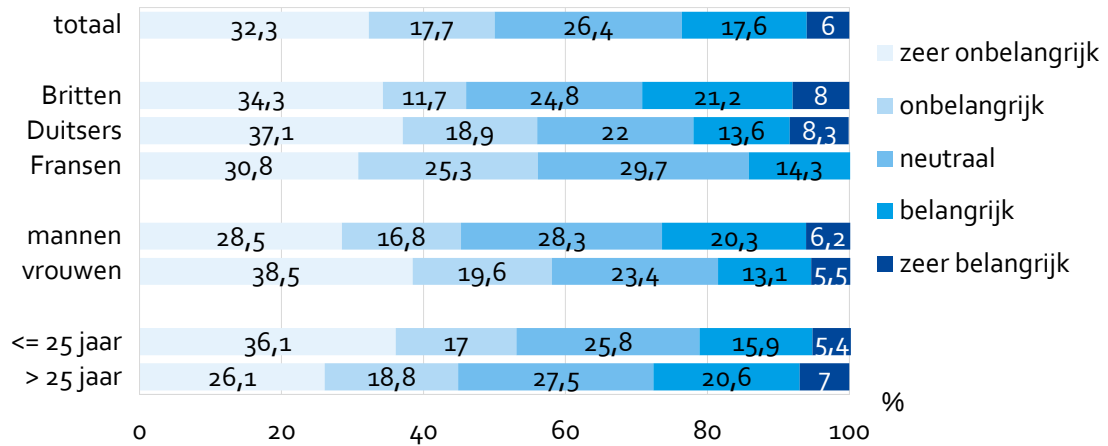
Andere vormen van prostitutie worden door een meerderheid (61%) (zeer) onbelangrijk gevonden, en door een minderheid van 13% (zeer) belangrijk (Figuur 4.6). Uitgesplitst naar deelgroepen valt wederom vooral het verschil tussen mannen en vrouwen op. Vrouwen vinden andere vormen van prostitutie vaker (zeer) onbelangrijk (68%) dan mannen (57%).

Figuur 4.6. Hoe belangrijk is de aanwezigheid van andere vormen van prostitutie voor uw bereidheid om entree betalen om het Singel/ Wallengebied te betreden?



De aanwezigheid van seksbioscopen wordt twee keer zo vaak (zeer) onbelangrijk gevonden (50%) dan (zeer) belangrijk (24%) (Figuur 4.7). Uitgesplitst naar de drie grootste herkomstgroepen valt op dat de Britten dit aspect vaker (zeer) belangrijk vinden (28%) dan de Fransen (14%) en de Duitsers (22%). Mannen vinden het aspect daarnaast vaker (zeer) belangrijk (27%) dan vrouwen (19%). Ook vindt de groep ouder dan 25 jaar seksbioscopen vaker (zeer) belangrijk (28%) dan de groep jonger dan 25 jaar (21%).

Figuur 4.7. Hoe belangrijk is de aanwezigheid van seksbioscopen voor uw bereidheid om entree betalen om het Singel/ Wallengebied te betreden?



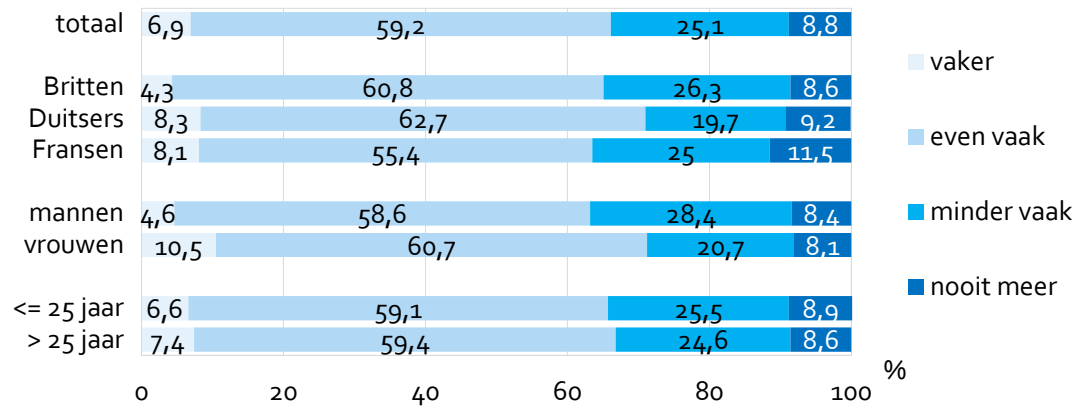
Een aanvullende analyse waarbij onderscheid werd gemaakt tussen bezoekers die vóór of na zou zijn ondervraagd leverde bij overige vormen van prostitutie en seksbioscopen geen noemenswaardig verschillende resultaten op. Dit verschil zien we dus alleen bij de –zichtbare– raamprostitutie.

4.2 Opties: beperkingen (raam)prostitutie en seks entertainment

Van alle respondenten blijft een ruime meerderheid (66%) minstens even vaak naar het Singel/ Wallengebied komen als er geen raamprostitutie meer zou zijn (Figuur 4.8). Een kwart van de respondenten verwacht in dat geval minder vaak te zullen komen, terwijl 9% aangeeft nooit meer te zullen komen. Voor 4% is het sluiten van de ramen de enige maatregel die ertoe leidt dat zij niet meer naar het gebied zullen komen; voor 5% zijn naast deze optie ook andere maatregelen effectief (zie Hoofdstuk 5).

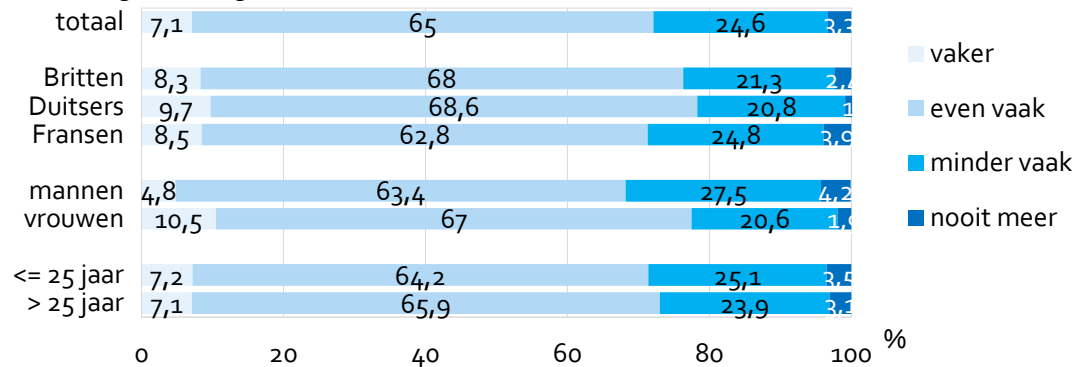
Ook voor alle deelgroepen geldt dat een meerderheid minstens even vaak blijft komen indien raamprostitutie zou verdwijnen uit het Singel/ Wallengebied. Deze optie lijkt wel een iets groter effect te hebben op de bereidheid van mannen om naar het Singel/ Wallengebied te komen: 37% geeft aan minder vaak of nooit meer te zullen komen, vergeleken met 29% van de vrouwen.

Figuur 4.8. Stel dat er geen raamprostitutie (waarbij je sekswerkers achter het raam ziet staan) in het Singel/ Wallengebied meer zou zijn. Hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?



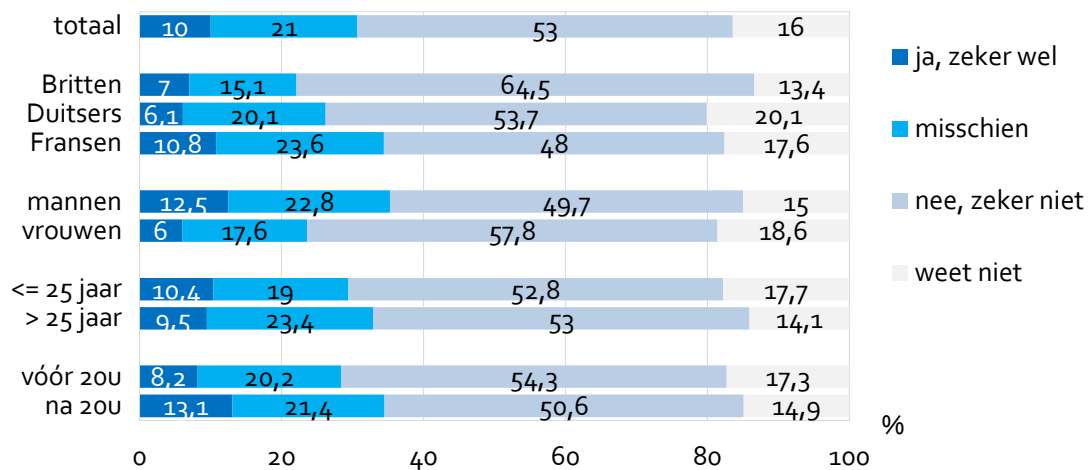
Aan de groep respondenten die niet wegblijft door het sluiten van de ramen (91% van het totaal) is daarnaast de optie voorgelegd waarbij er geen raamprostitutie, geen andersoortige prostitutie én geen overig seks entertainment meer zou zijn. Deze optie zou bij een meerderheid van deze groep respondenten niet tot minder bezoeken leiden (72%) en slechts 3% blijft hierdoor voortaan weg uit het gebied (Figuur 4.9). Ook bij alle deelgroepen blijft bij deze optie een ruime meerderheid minstens even vaak naar het Singel/ Wallengebied komen. Het grootste verschil zien we wederom tussen mannen en vrouwen: van de mannen geeft 32% aan minder vaak of nooit meer naar het Singel/ Wallengebied te zullen komen, tegenover 23% van de vrouwen.

Figuur 4.9. Stel dat er in het Singel/ Wallengebied geen raamprostitutie en geen andersoortige prostitutie én geen ander seks-entertainment (zoals seksbioscopen en seksshows) zou zijn. Hoe vaak komt u dan nog naar het Singel/ Wallengebied?



Ruim de helft (53%) van de respondenten zou zeker geen nieuw seks-entertainment gebied buiten de binnenstad bezoeken (Figuur 4.10). Een minderheid van 10% zou dit zeker wel doen en 21% misschien. Bij de Britten geeft een groter aandeel (65%) dan gemiddeld aan zeker niet naar een dergelijk gebied te zullen gaan; bij de Franse groep ligt dit aandeel juist wat lager dan gemiddeld (48%). Ook zijn mannen wat vaker wel bereid een dergelijk gebied te bezoeken dan vrouwen: zij gaan twee keer zo vaak zeker wel (13% tegenover 6% bij vrouwen) en ook vaker misschien wel (23% tegenover 18%). Respondenten die na 2010 zijn ondervraagd geven vaker aan zeker of misschien een gebied buiten het stadscentrum te bezoeken (35%) dan de groep die op een eerder tijdstip is geïnterviewd (28%).

Figuur 4.10. Zou u naar een nieuw seks-entertainment-gebied met raamprostitutie gaan buiten de binnenstad?



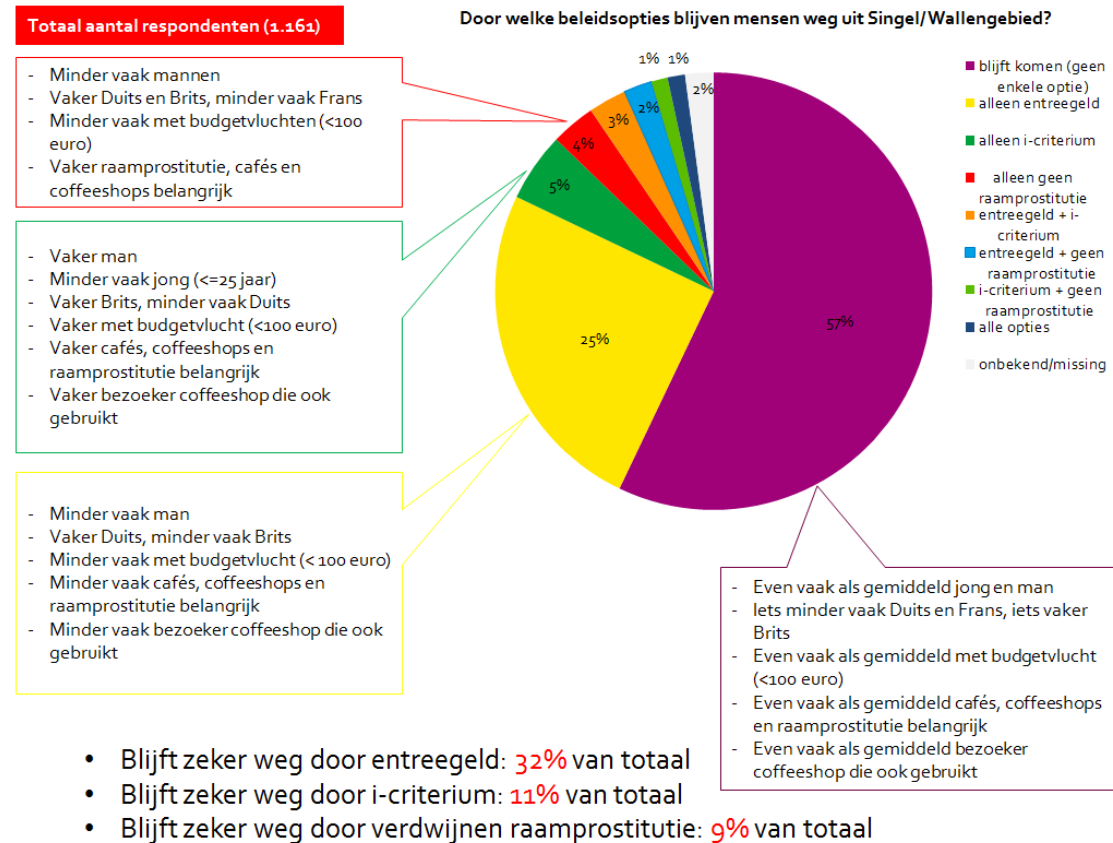
5 Effectiviteit beleidsopties

In dit hoofdstuk zetten we schematisch uiteen hoe effectief de verschillende beleidsopties zijn. Daarbij gaat het vooral om de vragen:

- Hoe veel respondenten geven aan weg te blijven?
- Welk scenario heeft daarop de sterkste invloed?
- Welke groepen blijven weg en welke groepen blijven komen?

Een belangrijke kanttekening vooraf is dat de resultaten niet representatief zijn voor alle bezoekers in Amsterdam, maar voor bezoekers in het Singel/ Wallengebied met een geschatte leeftijd tussen de 18 en 35 jaar. Volgens het Bezoekersonderzoek Metropoolregio Amsterdam 2016 door Amsterdam Marketing is in heel Amsterdam 11% van alle bezoekers jonger dan 21 jaar, 32% tussen de 21 en 30 en 18% tussen 31 en 40 jaar. Onze studie richt zicht op internationale bezoekers die geschat worden in de leeftijdscategorie 18-35 jaar. Deze groep maakt volgens het BOMA ruim de helft van de totale bezoekers aan Amsterdam uit.

Figuur 5.1. Door welke beleidsopties blijven mensen weg uit het Singel/ Wallengebied⁵



⁵ Door afronding wijken de opgetelde percentages in Figuur 5.1 soms af van de percentages in hoofdstukken 3 en 4.

Figuur 5.1 laat zien dat ruim vier op de tien respondenten mogelijk wegblijft als gevolg van één van de voorgestelde scenario's. Ruim de helft (57%) geeft aan door geen enkele beleidsoptie beïnvloed te worden en gewoon te blijven komen. Een groep van 41% blijft als gevolg van één of meerdere beleidsopties weg. De figuur laat zien welke beleidsopties het meest effectief zijn, en ook . In de rest van het hoofdstuk worden de bevindingen per optie besproken.

Entreegeld meest effectief, maar treft vooral verkeerde groep

De meest effectieve optie is het heffen van entreegeld om het Singel/ Wallengebied te betreden.

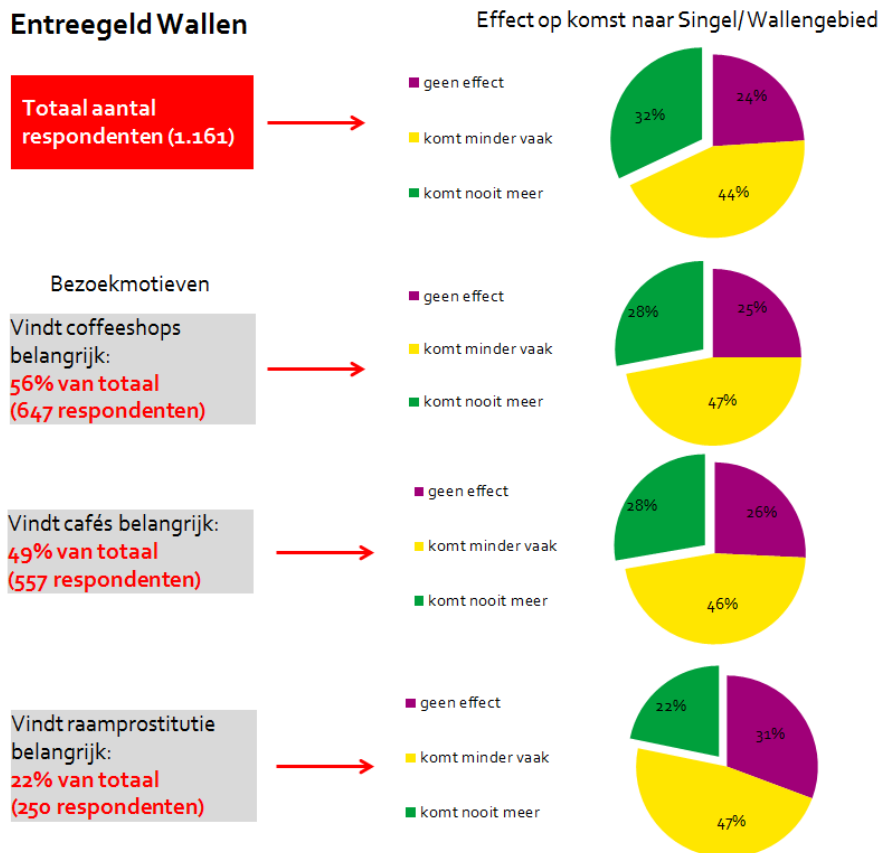
- in totaal houdt deze maatregel potentieel een derde (**32%**) van de ondervraagden weg uit het Singel/ Wallengebied.
- een kwart van alle respondenten blijft alleen bij deze maatregel weg uit het gebied. Een kleinere groep (7%) blijft weg vanwege deze maatregel, maar is daarnaast ook door andere opties beïnvloedbaar.
- bovendien geeft 44% van de ondervraagden aan minder vaak te zullen komen.

Als we kijken naar de samenstelling van de groep die vanwege het entreegeld niet meer naar het Singel/ Wallengebied komt, valt op dat deze:

- minder vaak dan gemiddeld coffeeshops (45%), cafés (40%) en raamprostitutie (10%) belangrijk vindt.
- minder vaak dan gemiddeld coffeeshops bezoekt en zelf cannabis gebruikt (58%).
- vaker wandelen door de stad (41%), en minder vaak coffeeshops (13%), als hoofdreden om Amsterdam te bezoeken noemt.
- uit relatief meer Duitsers (27%) en wat minder Britten (12%) bestaat.
- minder vaak met budgetvluchten reist (14%).

Dit roept de vraag op of de maatregel de juiste groep tegenhoudt: juist de groepen die speciaal naar de stad komen voor aspecten die gerelateerd zijn aan het imago van Amsterdam als feeststad laten zich minder vaak tegenhouden door entreegeld (zie ook Figuur 5.2). De aanwezigheid van cafés, coffeeshops en (in minder mate) raamprostitutie speelt wel een grote rol bij de bereidheid om entreegeld te betalen.

Figuur 5.2. De effecten van entreegeld op de komst naar het Singel/ Wallengebied.



Invoering van i-criterium houdt kleine minderheid tegen

Het i-criterium lijkt een klein effect te hebben op het verminderen van de bezoekersstroom naar Amsterdam, en daarmee ook het Singel/ Wallengebied:

- invoering van het i-criterium houdt in totaal **11%** van de respondenten weg uit de stad. Voor een meerderheid (55%) heeft de maatregel echter geen enkel effect op de bereidheid Amsterdam te bezoeken.
- de groep die alleen vanwege het i-criterium aangeeft nooit meer naar Amsterdam te komen is met 5% erg klein. Een ongeveer even grote groep (6%) komt niet meer vanwege het i-criterium maar blijft ook bij één of meerdere van de andere opties weg.
- zelfs onder de groep die coffeeshops bezoekt en ook zelf cannabis gebruikt (dat is 65% van het totaal) geeft niet meer dan 13% aan nooit meer te komen. Van deze groep geeft wel bijna de helft (45%) aan minder vaak te zullen komen.

De groep die vanwege het i-criterium nooit meer komt:

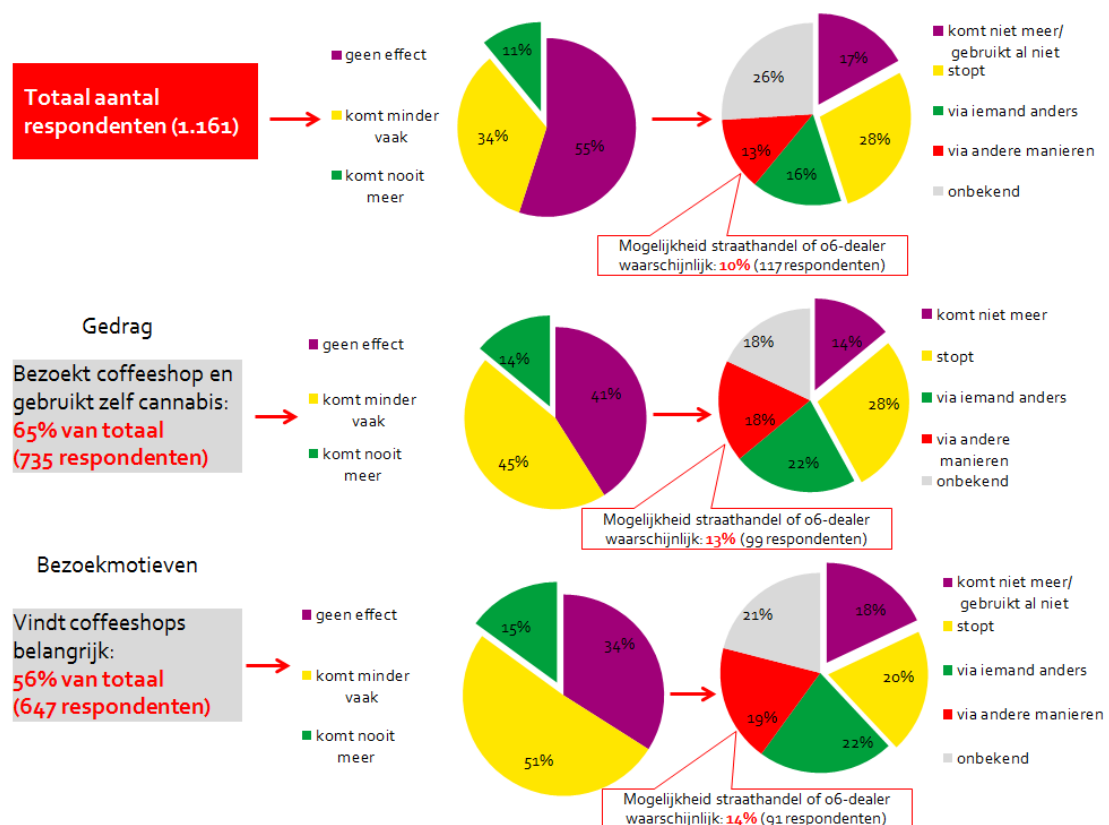
- bestaat uit relatief veel mannen (78%), en respondenten ouder dan 25 jaar (43%).
- bestaat uit relatief veel Britten (22%) en minder Duitsers (12%).
- bezoekt vaker dan gemiddeld coffeeshops en gebruikt ook zelf cannabis (86%).
- vindt vaker dan gemiddeld coffeeshops (81%), cafés (60%) en raamprostitutie (36%) belangrijk.
- noemt veel vaker dan gemiddeld (55%) coffeeshops, en minder vaak wandelen door de stad (14%), als hoofdreden om naar Amsterdam te komen.
- reist vaker dan gemiddeld met budgetvluchten (23%).

Figuur 5.3 bevestigt dat de maatregel zelfs de groep die coffeeshops bezoekt en zelf cannabis gebruikt, en de groep die aangeeft coffeeshops een belangrijk bezoekmotief te vinden, slechts in beperkte mate afschrikt:

- respectievelijk 14% en 15% van deze groepen komt nooit meer naar Amsterdam.
- van beide groepen geeft bovendien een minderheid aan bij een eventueel vervolgbezoek niet meer te zullen gebruiken als zij coffeeshops niet meer binnen mogen (respectievelijk 28% en 20%). De rest zal mogelijk via andere wegen (waaronder straathandel) op zoek gaan naar cannabis.

Van de respondenten die aangeven via een andere manier op zoek te gaan naar cannabis acht ook een meerderheid het waarschijnlijk dat dit in Amsterdam mogelijk is via straathandel of o6-dealers. Omdat deze vraag alleen is voorgelegd aan deze groep respondenten gaat het hier om circa 10% van de totale onderzoekspopulatie (117 respondenten).

Figuur 5.3. De effecten van invoering van het i-criteriumtoreegeld op de komst naar Amsterdam.
Invoering i-criterium Effect op komst naar Amsterdam Effect op cannabis gebruik



Verdwijnen van raamprostitutie heeft erg klein effect

Het sluiten van de ramen op de Wallen heeft een beperkt effect op het terugdringen van bezoekersstromen naar het Singel/ Wallengebied.

- Voor een ruime meerderheid van 66% van alle respondenten heeft deze maatregel geen enkel effect op hun bereidheid naar het gebied te komen.

- Bij elkaar houdt deze optie potentieel **9%** van de respondenten (ofwel 37) weg uit het gebied.
- een kleine minderheid van 4% blijft alleen bij deze maatregel weg uit het Singel/ Wallengebied. Nog eens 5% blijft door deze maatregel weg uit het gebied, maar geeft ook bij één of meer andere opties aan weg te blijven.
- Van de groep die niet wegblijft wanneer de ramen gesloten worden blijft maar 3% weg wanneer naast het sluiten van raamprostitutie ook alle andere vormen van prostitutie én al het seks gerelateerde entertainment verdwijnen.

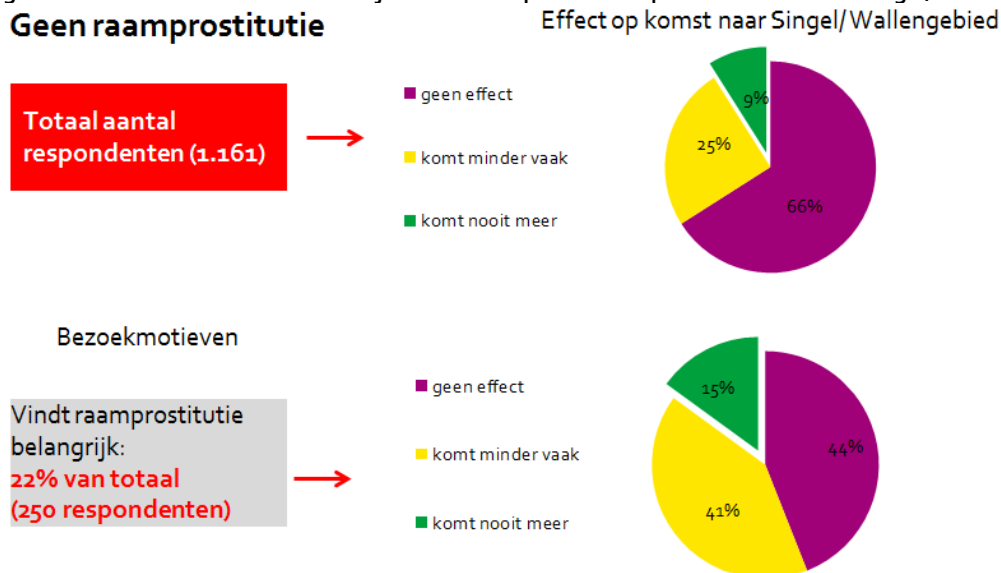
De groep die alleen vanwege het sluiten van de ramen nooit meer komt:

- bestaat uit relatief veel Duitsers (30%) en Britten (19%).
- vindt vaker dan gemiddeld coffeeshops (76%), cafés (68%) en raamprostitutie (37%) belangrijk.
- reist minder vaak dan gemiddeld met budgetvluchten (13%).

Figuur 5.4 bevestigt dat de maatregel zelfs onder de groep voor wie raamprostitutie een belangrijke reden was om naar Amsterdam te komen (dat is 22% van het totaal) relatief weinig effectief is:

- een kleine minderheid van 15% van deze groep geeft aan nooit meer naar het gebied te zullen komen als de ramen verdwijnen.
- wel is onder deze groep het aandeel bezoekers dat minder vaak zal komen groter: 41%, vergeleken met 25% van de totale populatie.

Figuur 5.4. De effecten van het verdwijnen van raamprostitutie op de komst naar het Singel/ Wallengebied.



Conclusies

In dit conclusiehoofdstuk worden de belangrijkste bevindingen, gegroepeerd naar thema, puntsgewijs samengevat.

Budgetvluchten:

- Bijna de helft van de respondenten komt met het vliegtuig naar Amsterdam, waarvan 19% met een budgetvlucht (maximaal 100 euro voor een retourticket).
- Britse toeristen reizen vaker met budgetvluchten. Bij deze groep ligt de maximale prijs die men bereid is te betalen ook lager: 83% wil niet meer dan 300 euro betalen, vergeleken met 76% bij de Europeanen en 63% gemiddeld.
- Een kleine meerderheid lijkt bereid om meer te betalen voor een retourvlucht dan de huidige ticketprijs, waarvan het merendeel bereid is één prijscategorie hoger (maximaal 100 euro meer) te betalen.
- Van de reizigers die met een budgetvlucht naar Amsterdam zijn gekomen geeft een ruime meerderheid aan wel bereid te zijn meer te betalen voor een retourticket.

Bezoekmotieven:

- De meest genoemde belangrijkste reden om naar Amsterdam te komen is wandelen of fietsen door de stad (32%). Coffeeshops worden door 22% als hoofdreden genoemd. Op afstand volgen musea (7%) en een goedkope reis (6%). Raamprostitutie wordt door niet meer dan 1% als belangrijkste reden genoemd.
- Voor de Britse bezoekers zijn coffeeshops met afstand de meest genoemde hoofdreden om naar Amsterdam te komen: 33%. Zij noemen wandelen of fietsen door de stad minder vaak als hoofdreden (21%) dan gemiddeld (32%) en geven juist vaker aan dat een goedkope reis de hoofdreden is geweest: 11% tegenover 6% gemiddeld.
- Coffeeshops worden belangrijker gevonden door mannen dan door vrouwen, en ook vaker door de groep tot en met 25 jaar dan door de groep ouder dan 25 jaar.

Coffeeshops en cannabis gebruik:

- Een meerderheid van de jonge bezoekers in het Singel/ Wallengebied (72%) heeft een coffeeshop bezocht. Britten en Fransen doen dit vaker dan gemiddeld, mannen bezoeken vaker coffeeshops dan vrouwen en de groep jonger dan 25 doet dit vaker dan de groep ouder dan 25.
- Vergelijkbare resultaten zien we bij het eigen gebruik van cannabis: dit komt vaker voor onder de Britse en Franse bezoekers, onder mannen en onder de groep jonger dan 25 jaar.
- Wanneer buitenlandse toeristen niet meer bij coffeeshops naar binnen zouden mogen, komt gemiddeld 44% minder vaak of helemaal niet meer. Onder de Britse, Franse en mannelijke bezoekers betreft dit zelfs een meerderheid van de respondenten.
- Van de toeristen die blijven komen zegt 40% af te zullen zien van het gebruik van cannabis. De overige respondenten zouden iemand anders naar de coffeeshop laten

gaan, proberen op een andere manier aan hasj of wiet te komen of weten het niet. Deze groepen zijn alle drie ongeveer even groot.

- Van de groep die op een andere manier probeert aan hasj of wiet te komen acht een meerderheid het waarschijnlijk dat dit ook mogelijk is buiten de coffeeshop, bijvoorbeeld via straathandel of een 06-dealer.

Raamprostitutie en seks entertainment:

- Wanneer er entreegeld betaald zou moeten worden om het Singel/ Wallengebied te betreden zou driekwart van de respondenten minder vaak of helemaal niet meer naar dit gebied komen.
- De aanwezigheid van raamprostitutie en seks entertainment is voor de bereidheid om te betalen niet van doorslaggevend belang. De aanwezigheid van coffeeshops, cafés en clubs wordt belangrijker gevonden.
- Wanneer er geen raamprostitutie meer zou zijn in het Singel/ Wallengebied blijft twee derde van de respondenten minstens even vaak komen. Dat geldt ook wanneer er ook geen andere vormen van prostitutie of seks entertainment zouden zijn.
- Een meerderheid van de respondenten zou zeker geen nieuw seks entertainment gebied buiten de binnenstad bezoeken.

Effectiviteit beleidsopties

Entreegeld voor betreden Wallen:

- de groep die **nooit meer** naar het gebied komt betreft een minderheid van ongeveer een derde. Daarmee is deze maatregel wel het meest effectief van alle opties.
- bijna de helft van de respondenten geeft bovendien aan minder vaak naar het gebied te zullen komen.
- de maatregel lijkt echter **de verkeerde groepen** te treffen: de groepen voor wie coffeeshops, cafés en raamprostitutie belangrijk zijn, en ook cannabisgebruikers die coffeeshops bezoeken, blijven minder vaak weg.

Invoeren i-criterium:

- de groep die **nooit meer komt is erg klein**; zelfs onder de actieve gebruikers die coffeeshops bezoeken en onder de groep die coffeeshops als belangrijk bezoekmotief noemt.
- een meerderheid geeft aan dat de maatregel **geen enkel effect** heeft op bereidheid Amsterdam te bezoeken; zelfs onder de actieve gebruikers die coffeeshops bezoeken geldt dit voor bijna de helft.
- van de cannabisgebruikers die ook coffeeshops bezoeken, en ook van de groep die coffeeshops belangrijk vinden als bezoekmotief, geeft een minderheid aan bij een eventueel vervolgsbezoek niet meer te zullen gebruiken als zij coffeeshops niet meer binnen mogen. De rest zal mogelijk **via andere wegen** (waaronder straathandel) op zoek gaan naar cannabis.

Opties raamprostitutie:

- de groep die **nooit meer komt als de ramen worden gesloten is erg klein**, zelfs onder de minderheid voor wie raamprostitutie een belangrijk bezoekmotief is.

- van de groep die niet wegblijft wanneer de ramen gesloten worden blijft maar 3% weg wanneer naast het sluiten van raamprostitutie ook alle andere vormen van prostitutie én al het seks gerelateerde entertainment verdwijnen.
- de groep die een **nieuw seks entertainment gebied buiten het centrum zeker wel zal bezoeken is erg klein**; zelfs onder de minderheid voor wie raamprostitutie een belangrijk bezoekmotief is zal niet meer dan een kwart een dergelijk gebied bezoeken

Vergelijking met onderzoek Dirk Korf (2011):

De vragen over het bezoeken van coffeeshops en het gebruik van cannabis kunnen worden vergeleken met het onderzoek van Dirk Korf onder toeristen uit 2011. Een belangrijke verklaring van de verschillen in resultaten tussen de twee studies kan worden verklaard doordat de studie van Dirk Korf is uitgevoerd in coffeeshops, waardoor de doelgroep veel specifiek op coffeeshops en cannabisgebruik is gericht. Onze studie is uitgevoerd onder willekeurige jonge internationale voorbijgangers op straat, waarbij niet specifiek coffeshopbezoekers zijn benaderd.

- Bij het onderzoek van Dirk Korf waren coffeeshops zijn het vaakst een (heel) belangrijke reden om naar Amsterdam te komen, gevolgd door wandelen door de stad. Bij onze studie is dit andersom en wordt wandelen (of fietsen) door de stad vaker belangrijk gevonden dan coffeeshops en ook vaker als hoofdreden genoemd. Uitzondering vormen de Britse toeristen.
- Bij het onderzoek van Dirk Korf had een hoger percentage (91%) in eigen land al eens cannabis gebruikt dan bij de populatie van dit onderzoek (77%). Aangezien de studie van Dirk Korf in de coffeeshops is uitgevoerd en dit onderzoek op straat is het verschil echter kleiner dan verwacht.
- Van de respondenten die een coffeshop hebben bezocht of dat van plan zijn gebruikt een minder groot aandeel cannabis in de coffeshop (66%) dan bij de studie van Dirk Korf het geval was (83%). In onze studie gebruiken meer respondenten cannabis buiten de coffeshop (19%) dan bij het onderzoek van Dirk Korf (9%); relatief even veel respondenten uit beide studies gebruiken in het geheel geen cannabis (8%).
- De bereidheid om naar Amsterdam te blijven komen als toeristen niet meer in de coffeshop naar binnen mogen is groter dan bij de studie van Dirk Korf. Van alle respondenten zou 11% nooit meer komen en 34% minder vaak. Bij de studie van Dirk Korf betrof dit respectievelijk 39% en 41%.

Bijlage 1 Vragenlijst

✗ Gemeente
✗ Amsterdam
✗

Onderzoek, Informatie en Statistiek

Vragenlijst coffeeshops, prostitutie en toerisme in De Wallen/Singel

1. Is dit uw eerste keer in Amsterdam of bent u hier al vaker geweest?

- ☐ 1 eerste keer
☐ 2 ik ben al _____ keer eerder geweest

2. Hoe bent u deze keer naar Amsterdam gekomen? (bedoeld wordt het vervoersmiddel waarmee u Nederland binnen bent gekomen)

- ☐ 1 vliegtuig
☐ 2 trein → ga naar vraag 5
☐ 3 bus → ga naar vraag 5
☐ 4 auto → ga naar vraag 5
☐ 5 boot → ga naar vraag 5
☐ 6 anders, namelijk _____

3. Hoeveel heeft u betaald voor uw retourvlucht?

- ☐ 1 minder dan 100 euro
☐ 2 101 – 200 euro
☐ 3 201 - 300 euro
☐ 4 301 - 400 euro
☐ 5 401 - 500 euro
☐ 6 meer dan 500 euro
☐ 7 weet ik niet/ geen antwoord

4. Stel dat vliegen duurder wordt. Wat is de maximale prijs die u bereid zou zijn te betalen voor een retourvlucht naar Amsterdam? (bedoeld wordt de prijs waarboven u niet meer naar Amsterdam zou komen)

- ☐ 1 minder dan 100 euro
☐ 2 101 – 200 euro
☐ 3 201 - 300 euro
☐ 4 301 - 400 euro
☐ 5 401 - 500 euro
☐ 6 meer dan 500 euro
☐ 7 ik blijf naar Amsterdam komen ongeacht de ticketprijzen
☐ 8 weet ik niet/ geen antwoord

5. Hoeveel dagen blijft u in totaal in Amsterdam?

dagen

6.	Hoe belangrijk waren de volgende zaken voor uw keuze om naar Amsterdam te komen?	heel onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal (niet belangrijk, niet onbelangrijk)	belangrijk	heel belangrijk
	goedkope reis	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	musea	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	restaurants	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	cafés/ clubs	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	coffeeshops	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	winkelen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	wandelen/fietsen door de stad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	rondvaartboot	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	raamprostitutie	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

7. Wat was de meest belangrijke reden om naar Amsterdam te komen?

- ☐ 1 goedkope reis
☐ 2 musea
☐ 3 restaurants
☐ 4 cafés/ clubs
☐ 5 coffeeshops
☐ 6 winkelen
☐ 7 wandelen/fietsen door de stad
☐ 8 rondvaartboot
☐ 9 raamprostitutie
☐ 10 anders, namelijk _____

8. U bevindt zich op dit moment in het Wallen/ Singel-gebied (Red Light District). Als er entree zou moeten worden betaald om het Wallen/ Singel-gebied te betreden, hoe vaak komt u dan nog naar het Wallengebied (Red Light District)?

- ☐ 1 vaker
☐ 2 even vaak
☐ 3 minder vaak
☐ 4 nooit meer → ga naar vraag 10

9.	Hoe belangrijk is de aanwezigheid van de volgende zaken voor uw bereidheid om entree betalen om De Wallen/ Singel (Red Light District) te betreden?	heel onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal (niet belangrijk, niet onbelangrijk)	belangrijk	heel belangrijk
	restaurants	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	cafés/ clubs	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	coffeeshops	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Raamprostitutie (van buitenaf zichtbare prostitutie)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Overige prostitutie (die <u>niet</u> van buitenaf zichtbaar is)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	seksbioscopen/ seks-shows	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

10. Waar in Amsterdam overnacht u?

- ☐ 1 hotel in binnenstad
- ☐ 2 hotel buiten de binnenstad
- ☐ 3 bed and breakfast
- ☐ 4 airbnb (of ander woningverhuurplatform)
- ☐ 5 camping
- ☐ 6 cruiseschip
- ☐ 7 bij familie, vrienden of kennissen
- ☐ 8 ik overnacht buiten Amsterdam
- ☐ 9 ik heb geen overnachting geboekt
- ☐ 10 anders, namelijk _____

Nu volgen enkele vragen over coffeeshops en het gebruik van cannabis.

11. Heeft u voordat u naar Amsterdam kwam wel eens hasj of wiet gebruikt?

- ☐ 1 nee →ga naar vraag 11
- ☐ 2 ja
- ☐ 3 geen antwoord

12. Hoe vaak gebruikt u in uw eigen land hasj of wiet?

- ☐ 1 (bijna) elke dag
- ☐ 2 1 x per week
- ☐ 3 enkele keren per week
- ☐ 4 enkele keren per maand
- ☐ 5 1 x per maand
- ☐ 6 minder dan 1 x per maand
- ☐ 7 nooit
- ☐ 8 geen antwoord

13. Bent u tijdens dit verblijf in een coffeeshop in Amsterdam geweest, of bent u dat nog van plan?

- ☐ 1 nee →ga naar vraag 15
- ☐ 2 ja
- ☐ 3 geen antwoord

14. Gebruikt u zelf hasj of wiet in de coffeeshop?

- ☐ 1 nee, ik gebruik helemaal niet
- ☐ 2 nee, niet in de coffeeshop
- ☐ 3 ja
- ☐ 4 geen antwoord

15. Stel dat buitenlandse toeristen niet meer in coffeeshops naar binnen mogen. Hoe vaak komt u dan nog naar Amsterdam?

- ☐ 1 vaker
- ☐ 2 even vaak
- ☐ 3 minder vaak
- ☐ 4 nooit meer →ga naar vraag 18

(alleen stellen indien respondent hasj of wiet gebruikt (vraag 14 = 2,3 of 4) en naar Amsterdam blijft komen (vraag 15 = 1,2 of 3))

16. Wanneer u in Amsterdam bent, maar niet naar een coffeeshop mag. Wat zou u dan doen?

- ☐ 1 ik gebruik tijdens mijn verblijf geen hasj of wiet → ga naar vraag 18
- ☐ 2 ik laat iemand anders voor me naar de coffeeshop gaan → ga naar vraag 18
- ☐ 3 ik koop op een andere manier mijn hasj of wiet
- ☐ 4 weet ik niet/ geen antwoord → ga naar vraag 18

17. Hoe waarschijnlijk acht u het dat u buiten een coffeeshop (bijvoorbeeld via straathandel of een 06-dealer) hasj of wiet kunt kopen in Amsterdam?

- ☐ 1 onwaarschijnlijk
- ☐ 2 niet waarschijnlijk, niet onwaarschijnlijk
- ☐ 3 waarschijnlijk
- ☐ 4 weet ik niet/ geen antwoord

Nu volgen enkele vragen over prostitutie en seks-entertainment in het gebied De Wallen/ Singel, waar u zich nu bevindt.

18. Stel dat er geen raamprostitutie (waarbij je sekswerkers achter het raam ziet staan) in De Wallen/ Singel (Red Light District) meer zou zijn. Hoe vaak komt u dan nog naar De Wallen/ Singel (Red Light District)?

- ☐ 1 vaker
- ☐ 2 even vaak
- ☐ 3 minder vaak
- ☐ 4 nooit meer → ga naar vraag 20

19. Stel dat er in De Wallen/ Singel (Red Light District) geen raamprostitutie en geen andersoortige prostitutie én geen ander seks-entertainment (zoals *seksbioscopen en seksshows*) zou zijn. Hoe vaak komt u dan nog naar De Wallen/ Singel (Red Light District)?

- ☐ 1 vaker
- ☐ 2 even vaak
- ☐ 3 minder vaak
- ☐ 4 nooit meer

20. Zou u naar een nieuw seks-entertainment-gebied met raamprostitutie gaan buiten de binnenstad?

- ☐ 1 ja, zeker wel
- ☐ 2 misschien
- ☐ 3 nee, zeker niet
- ☐ 4 weet niet

Tot slot volgen nog enkele algemene vragen over uzelf.

21. Wat is uw leeftijd?

jaar

22. Wat is uw geslacht?

- ☐ 1 man
- ☐ 2 vrouw
- ☐ 3 anders

23. Waar woont u?

- ☐ 1 Verenigd Koninkrijk
- ☐ 2 Verenigde Staten
- ☐ 3 Duitsland
- ☐ 4 Frankrijk
- ☐ 5 Italië
- ☐ 6 Spanje
- ☐ 7 België
- ☐ 8 China
- ☐ 9 ander land, namelijk _____

22 Heeft u verder nog opmerkingen?

Dit waren alle vragen. Hartelijk dank voor uw medewerking!



Gemeente Amsterdam



Onderzoek, Informatie en Statistiek

Bezoekadres:
Oudezijds Voorburgwal 300
1012 GL Amsterdam

Postbus 658
1000 AR Amsterdam

www.ois.amsterdam.nl