

**De betekenis van
het bezoek aan coffeeshops
voor de Maastrichtse economie**

Onderzoek in opdracht van de VOCM

Oktober 2008

OWP research

OWP research

Weth v Caldenborghlaan 76

6226 BV Maastricht

T +31 43 34 77 462

E info@owp.nl

U www.owp.nl

Inhoud

	Samenvatting	4
1	Inleiding	6
	1.1 Achtergrond	6
	1.2 Opzet	7
	1.3 Respons en representativiteit	9
	1.4 Leeswijzer	10
2	Bezoekers	11
	2.1 Aantal bezoekers	11
	2.2 Herkomst bezoekers	12
3	Bestedingen	14
	3.1 Gemiddelde bestedingen	14
	3.2 Totale bestedingen	16
4	Economische effecten	17
	4.1 Inleiding	17
	4.2 Omzeteffecten	17
	4.3 Werkgelegenheidseffecten	19
	Bijlage: vragenlijsten	20

Samenvatting

Dit rapport beschrijft de resultaten van een onderzoek, in opdracht van de Vereniging Officiële Coffeeshops Maastricht (VOCM), naar de economische betekenis van bestedingen van bezoekers van coffeeshops in Maastricht. Het gaat daarbij om bestedingen buiten de coffeeshops. Vergelijkbaar onderzoek werd in 1999 ook door OWP Research uitgevoerd. Het doel van het onderzoek was drieledig:

- Een betrouwbare schatting maken van het totale aantal bezoekers van coffeeshops in Maastricht.
- Relevante eigenschappen van bezoekers vaststellen, zoals herkomst, bezoekfrequentie, bezoek aan meerdere coffeeshops en bestedingen (buiten de coffeeshop).
- Vaststellen van de economische betekenis van bezoekers van coffeeshops voor de Maastrichtse economie.

In twee aparte onderzoeksronden in april en september 2008 werden bezoekers geteld en ondervraagd.

Uit het onderzoek blijkt dat jaarlijks 3,9 miljoen bezoeken aan Maastrichtse coffeeshops worden afgelegd door 2,1 miljoen bezoekers.

Het grootste deel van de bezoekers aan coffeeshops in Maastricht komt uit België (46 procent). Het grootste deel van de bezoeken die worden afgelegd aan coffeeshops in Maastricht komt echter voor rekening van Maastrichtenaars (52 procent). De Belgen zijn verantwoordelijk voor 36 procent van de bezoeken.

Duitsers, Fransen en bezoekers uit overige landen (voornamelijk uit Luxemburg) besteden gemiddeld het meeste geld tijdens een bezoek aan Maastricht (circa 83 euro per bezoek). De gemiddelde besteding per bezoek bedraagt 56,86 euro, waarvan het grootste deel besteedt wordt in de detailhandel (26,74 euro) en de horeca (13,45 euro). In 1999 bedroeg de gemiddelde besteding nog 24,45 euro (uitgedrukt in 2008 euro's).

De totale bestedingen van bezoekers van coffeeshops komt uit op 119 miljoen euro per jaar, waarvan het grootste deel wordt besteed in de detailhandel (78 miljoen euro) en de horeca (37 miljoen euro).

Het effect van deze bestedingen op de omzet van bedrijven in Maastricht bedraagt 141 miljoen, waarvan wederom het grootste deel terecht komt bij de detailhandel (80 miljoen euro) en de horeca (38 miljoen euro). Een aanmerkelijk indirect omzeteffect komt terecht bij de zakelijke dienstverlening (8 miljoen euro).

Het effect van deze bestedingen op de werkgelegenheid bij bedrijven in Maastricht bedraagt 1617 arbeidsjaren. Hiervan komen 958 arbeidsjaren in de detailhandel terecht en 508 arbeidsjaren in de horeca. Ook de zakelijke dienstverlening (53 arbeidsjaren) en de niet-commerciële dienstverlening (65 arbeidsjaren) kennen een structureel effect op de werkgelegenheid.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De VOCM, de vereniging van gedoogde coffeeshops in Maastricht, plaatste in 1999 een onderzoeksopdracht bij de Wetenschapswinkel van de Universiteit Maastricht. De opdracht had tot doel om de economische betekenis van coffeeshops in Maastricht voor de lokale economie te berekenen. De opdracht kwam terecht bij OWP Research. Het eindrapport van dat onderzoek bevatte niet alleen een schatting van de economische effecten van de (toen nog) 18 gedoogde coffeeshops in Maastricht, maar ook een profilering van de bezoekers van die coffeeshops.

Nu, na 9 jaar, heeft de VOCM aan OWP Research gevraagd om de economische betekenis van het bezoek aan coffeeshops in Maastricht te onderzoeken. Maastricht staat wellicht aan de vooravond van grote veranderingen als gevolg van het beoogde spreidingsbeleid van het stadsbestuur. Het plan is opgevat om een aantal coffeeshops te verplaatsen naar locaties aan de rand van de stad om de druk van verkeer en bezoek, veroorzaakt door bezoekers van coffeeshops, op de Maastrichtse binnenstad te verminderen. Dat voornemen kan worden geplaatst tegen de (autonome) ontwikkeling van het totale bezoek aan de Maastrichtse binnenstad, dat de laatste jaren een sterke groei heeft doorgemaakt (bron: OWP Research, Toerisme Index Maastricht 2005 en 2006). Gelet op die ontwikkeling is het voor de VOCM nu belangrijk om de economische betekenis van het bezoek aan coffeeshops voor Maastricht te laten onderzoeken.

Het aantal gedoogde coffeeshops in Maastricht is tussen 1999 en 2008 afgenomen van 18 naar 14. Desondanks is tussen 1999 en 2008 sprake van een flinke toename van het aantal bezoekers aan coffeeshops in Maastricht (zie hoofdstuk 2). Dit onderzoek spitst zich toe op de economische effecten van bestedingen van bezoekers (van coffeeshops) buiten de coffeeshop, maar binnen Maastricht.

1.2 Opzet

Het onderzoek voor de VOCM valt samen met een onderzoek voor de gemeente Maastricht in de Maastrichtse coffeeshops. Het veldwerk voor dat onderzoek bestond uit twee onderdelen. Ten eerste werden tellingen verricht ten behoeve van een schatting van het totale aantal bezoekers aan coffeeshops in Maastricht. Ten tweede werden onder bezoekers enquêtes afgenomen om aanvullende informatie te krijgen over de herkomst van bezoekers en hun bestedingen. Deze enquêtes werden tijdens twee 'ronden' afgenomen in april en september 2008. De resultaten van die enquête worden in dit rapport gebruikt voor de schatting van het totale aantal bezoekers.

Omdat het "dossier coffeeshops" in Maastricht in de laatste jaren is uitgegroeid tot een (politiek) zeer gevoelig dossier, is veel aandacht besteed aan de controle op de uitvoering van dit onderzoek. De volgende afspraken maakten daarom deel uit van de onderzoeksopzet:

- Dubbele tellingen: vier keer per dag (12.00 uur, 16.00 uur, 20.00 uur en 23.00 uur) werden de inkomende bezoekers in alle gedoogde coffeeshops in Maastricht gedurende 10-15 minuten door zowel de eigenaren van de coffeeshops als door OWP Research geteld. De exacte (op de minuut nauwkeurige) begin- en eindtijden van die tellingen werden daarbij genoteerd, alsmede natuurlijk het aantal getelde (binnenkomende) bezoekers.
- Vragenlijsten werden in de eerste 'ronde' uitgedeeld aan bezoekers door de eigenaren van coffeeshops en ingenomen door medewerkers van OWP Research. Deze handelingswijze had naar verwachting een positief effect op zowel de respons als de betrouwbaarheid van de uitkomsten omdat (a) de bezoeker vertrouwen heeft in de eigenaar van de coffeeshop en daardoor eerder geneigd is om de vragenlijst in te vullen en (b) de bezoeker vrijelijk antwoorden kan geven op de vragen in de enquête omdat de vragenlijst door een externe partij wordt ingenomen.
- Aan de eigenaren van de coffeeshops werd gevraagd om in deze 'eerste ronde' (april 2008) geen vragenlijsten uit te delen aan meer dan één persoon uit één (bij elkaar horende) groep bezoekers.

- In een 'tweede ronde' (september 2008) werd een deel van de vragenlijst wederom aan bezoekers van de coffeeshops voorgelegd. Deze vragenlijsten werden gedurende een week op vier tijdstippen in elke coffeeshop uitgedeeld en ingenomen door medewerkers van OWP Research. Elke vierde bezoeker werd gevraagd om deel te nemen aan het onderzoek. Doelstelling van de 'tweede ronde' was het verkrijgen van een aselechte steekproef.

De gehanteerde vragenlijst voor de enquête bevat vragen over de volgende zaken:

- Herkomst van de bezoeker. Mogelijke antwoorden: Maastricht, rest van Nederland, België, Duitsland, Frankrijk en overige landen.
- Vervoer: op welke wijze is de bezoeker naar Maastricht gekomen. Antwoorden: auto, motor, scooter/brommer, fiets, trein, bus (OV), nvt (woont in Maastricht), overig.
- Indien vervoer per auto: aantal inzittenden per auto.
- Route naar Maastricht (auto/motor). Vanuit welke richting komt de bezoeker naar Maastricht en welke invalsweg naar Maastricht werd gebruikt?
- Bezoekfrequentie. Hoe vaak komt de bezoeker naar de coffeeshop?
- Welk deel van de bezoekers koopt ook daadwerkelijk cannabis in de coffeeshop?
- Aantal bezochte coffeeshops. Bezoekt de bezoeker ook andere coffeeshops en zo ja, hoeveel?
- Gedrag van de bezoeker bij gewijzigd beleid: hoe vaak zou de bezoeker naar de coffeeshop komen als hij/zij meer dan 5 gram cannabis mag kopen?
- Zou de bezoeker de nieuwe locatie van coffeeshops aan de rand van Maastricht bezoeken en zo ja, op welke locatie?
- Bestedingen buiten de coffeeshop aan (a) winkels, (b) horeca, (c) parkeren, (d) brandstof, (e) overige zaken en (f) totaal.
- Koopgedrag softdrugs: koopt de bezoeker ook buiten de coffeeshops softdrugs en zo ja, waarom?

De vragen in de 'tweede ronde' (september 2008) hadden betrekking op de herkomst van bezoekers, bezoekfrequentie, het aantal bezochte coffeeshops (per bezoek), de bereidheid bij de bezoeker om in de toekomst een coffeecorner te bezoeken en de vraag op welke locatie de bezoeker een coffeecorner zou bezoeken. De gestelde vragen waren identiek geformuleerd als in de 'eerste ronde'.

Niet alle vragen uit de vragenlijst worden in dit rapport besproken, omdat dit rapport zich richt op de economische effecten van de bestedingen van bezoekers (van coffeeshops) buiten de coffeeshop, maar binnen Maastricht. In hoofdstuk 2 geven we wel (net als in het rapport voor de gemeente Maastricht) inzicht in het aantal bezoekers, hun herkomst en hun bezoekfrequentie.

Een aantal vragen in de vragenlijst was ook aanwezig in de vragenlijst die in het onderzoek in 1999 werd gebruikt. Het gaat dan om de vragen naar de herkomst, de wijze van vervoer, de bezoekfrequentie en de bestedingen buiten de coffeeshop. Waar mogelijk zullen we in dit rapport een vergelijking maken tussen de uitkomsten in 1999 en die in 2008.

1.3 Respons en representativiteit

In de 'eerste ronde' (april 2008) werden duizend vragenlijsten uitgedeeld aan bezoekers, verdeeld over 14 coffeeshops, over 7 dagen en over 4 tijdstippen waarop werd. In totaal zijn 987 bruikbare enquêtes opgenomen in de steekproef, een respons van 98,7 procent. Net als in 1999 is ook nu bewust gekozen voor een relatief grote steekproef, zodat het onderzoek gebruikt kan worden om statistische toetsen uit te voeren. Theorie over betrouwbaarheidsintervallen geeft aan dat een steekproef van deze omvang een interval van maximaal 5,2 procentpunt genereert, waarbinnen met 90 procent zekerheid kan worden aangenomen dat de werkelijke waarde daarbinnen valt. Een voorbeeld: stel dat ons onderzoek aantoont dat 50 procent van de bezoekers met de auto naar Maastricht komt. We kunnen dan met 90 procent zekerheid stellen dat het werkelijke waarde tussen 47,4 procent en 52,6 procent ligt.

In de 'tweede ronde' (september 2008) werd aan 1.089 bezoekers gevraagd om een vragenlijst met 5 vragen in te vullen. Door 295 bezoekers (27 procent) werd dit geweigerd, door 794 personen (73 procent) werd de vragenlijst wel ingevuld.

1.4 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk van dit rapport wordt inzicht gegeven in het aantal bezoekers en hun herkomst. Hoofdstuk 3 is gewijd aan de bestedingen van de bezoekers. In hoofdstuk 4 worden met behulp van de uitkomsten in hoofdstuk 2 en 3 de economische effecten van de bestedingen van bezoekers berekend. Een inleidende paragraaf in dat hoofdstuk geeft aan op welke wijze de effecten op de stedelijke omzet en werkgelegenheid worden berekend.

Een samenvatting gaat deze inleiding vooraf. In drie bijlagen worden de gebruikte vragenlijsten integraal weergegeven in de Nederlandse, Franse en Duitse taal.

2 Bezoekers

2.1 Aantal bezoekers

Met behulp van de tellingen en de uitkomsten van de enquêtes maken we een schatting van het totale aantal bezoekers aan 14 coffeeshops in Maastricht. De procedure om tot die schatting te komen is als volgt:

- Voor elke coffeeshop beschikken we over 4 tellingen op 7 weekdays. We hebben dus in totaal 98 tellingen van inkomende bezoekers gedurende 10 tot 15 minuten. De exacte begin- en eindtijd van de telling is op de minuut nauwkeurig genoteerd.
- Met behulp van deze tellingen wordt voor elke coffeeshop een dagpatroon voor elke weekday berekend. Hierbij maken we gebruik van een lineaire benadering, met de openingstijd van de coffeeshop als startpunt van de berekening en de sluitingstijd van de coffeeshop als eindpunt van de berekening. De te berekenen variabele is "het aantal binnenkomende bezoekers per minuut". Door de berekende getallen voor elke minuut tussen openings- en sluitingstijd bij elkaar op te tellen, krijgen we het totale aantal bezoeken van de betreffende coffeeshop op die dag. We onderstrepen hier het onderscheid tussen "bezoeken" en "bezoekers". Als sommige bezoekers meerdere keren per dag dezelfde coffeeshop binnenlopen, dan is het aantal bezoeken aan die coffeeshop groter dan het aantal bezoekers. We zijn op zoek naar het aantal bezoekers.
- Optelling over alle dagen en over alle weekdays levert het totale aantal bezoekers van coffeeshops in Maastricht in één week op.
- Uit gegevens van de Toerisme Index Maastricht (OWP Research) blijkt dat de gekozen week als een "gemiddelde" doorgaat wat betreft bezoek aan Maastricht. Daarom hebben we het gevonden totaal met 52 vermenigvuldigd om het jaartotaal te krijgen. Het gaat daarbij nog steeds om "bezoeken".
- Om van "bezoeken" naar "bezoekers" te gaan, moeten we weten welk deel van de bezoekers meerdere coffeeshops per dag bezoekt en hoeveel coffeeshops dat dan gemiddeld zijn. Het antwoord op die vraag wordt gegeven door de antwoorden op vraag 7 van de enquête. De berekening van zowel het aandeel personen dat meerdere coffeeshops bezoekt, als het

gemiddelde aantal bezochte coffeeshops per bezoek worden allebei gewogen met de bezoekfrequentie van de bezoekers. Iemand die bijvoorbeeld vaak komt en veel coffeeshops bezoekt, zal voor meer "bezoeken" zorgen dan iemand die weinig komt en dan één shop bezoekt.

- Tot de groep meervoudige bezoekers horen ook de bezoekers die bij vraag 5 aan hebben gegeven meerdere keren per dag dezelfde coffeeshop te bezoeken. In de berekening van het aantal bezoekers gaan we uit van 2 bezoeken per dag voor die groep (een hoger getal leidt tot minder "bezoekers").

Onze berekeningen leiden tot de volgende uitkomsten:

- Gemiddeld worden 10.600 bezoeken per dag aan coffeeshops in Maastricht afgelegd. Dat zijn er ruim 74 duizend per week en 3,9 miljoen per jaar.
- Uit de tellingen en enquêtes kan worden afgeleid dat de 3,9 miljoen bezoeken aan coffeeshops per jaar worden afgelegd door 2,1 miljoen bezoekers. Dat zijn er ruim 40 duizend per week.

2.2 Herkomst bezoekers

In de vragenlijst werd aan bezoekers gevraagd waar zij woonachtig zijn (vraag 1). Diezelfde vraag werd ook in het vorige onderzoek uit 1999 gesteld. Voor 2008 worden de cijfers van de 'tweede ronde' (september 2008) gehanteerd, omdat in die ronde sprake was van een aselechte steekproef. De resultaten voor 1999 en 2008 staan weergegeven in Tabel 2.1. De uitkomsten zijn gewogen voor bezoekfrequentie en meervoudig bezoek aan coffeeshops (tijdens één bezoek).

Bijna de helft van de bezoekers komt uit België (46 procent), een uitkomst die vrijwel gelijk is aan die in 1999 (51 procent). Op de tweede plaats volgen de bezoekers die in Maastricht wonen (25 procent), gevolgd door de Duitsers en de Fransen (10 procent). Hier heeft zich een kleine verschuiving voorgedaan: het bezoek uit Maastricht zelf is toegenomen, dat uit Duitsland is afgenomen. Het aandeel van bezoekers uit overig Nederland, Frankrijk en andere landen is in vergelijking met 1999 constant gebleven.

Tabel 2.1 Land van herkomst van bezoekers.

	Onderzoek 2008		Onderzoek 1999	
	Bezoekers	Bezoeken	Bezoekers	Bezoeken
In Maastricht	25%	52%	11%	22%
Overig Nederland	6%	6%	5%	6%
België	46%	36%	51%	61%
Duitsland	10%	2%	21%	8%
Frankrijk	10%	3%	8%	1%
Overig	3%	1%	4%	1%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Als we rekening houden met het aantal bezoeken dat een bezoeker aflegt aan coffeeshops in Maastricht, dan zien we dat 36 procent van het aantal bezoeken door Belgen wordt afgelegd. In 1999 was dat nog 61 procent. Het aandeel van het aantal bezoeken van Maastrichtenaren (52 procent) is meer dan verdubbeld sinds 1999 (22 procent). Hierbij moet worden opgemerkt dat in 1999 geen correctie werd gemaakt voor bezoek aan meerdere andere coffeeshops op één dag.

3 Bestedingen

3.1 Gemiddelde bestedingen

In dit onderzoek, in de 'eerste ronde' (april 2008), zijn ook vragen gesteld over de bestedingen van de bezoekers buiten de coffeeshop. Bezoekers kregen de mogelijkheid om in de vragenlijsten aan te geven hoeveel geld zij per bezoek (dus op één dag) in Maastricht (buiten de coffeeshop) uitgeven aan (a) parkeren, (b) winkelen, (c) eten en drinken, (d) brandstof en (e) overige zaken.

In tabel 3.1 wordt de gemiddelde besteding buiten de coffeeshop weergegeven voor bezoekers van verschillende herkomst.

Tabel 3.1 Gemiddelde besteding (euro) per bezoeker per dag (naar herkomst) buiten de coffeeshop.

	Winkelen	Eten en drinken	Parkeren	Benzine	Overig	Totaal
Maastricht	24,06	13,03	0,83	4,03	9,88	51,83
Overig Nederland	13,70	10,18	2,46	4,87	6,12	37,33
België	32,04	13,61	2,57	7,47	7,32	63,01
Duitsland	38,72	18,26	3,86	13,69	8,30	82,83
Frankrijk	23,41	20,38	4,40	23,93	10,92	83,04
Overige landen	39,11	18,86	3,46	16,61	5,25	83,29

Duitsers, Fransen en bezoekers uit andere landen (voornamelijk Luxemburg) besteden per bezoek het meeste geld buiten de coffeeshop (circa 83 euro). Daarna volgen bezoekers uit België (63 euro), Maastricht (52 euro) en overig Nederland (37 euro). Het grootste verschil in de bestedingen van verschillende bezoekers wordt gemaakt in de bestedingscategorieën winkelen, eten en drinken en benzine. Duitsers en bezoekers uit overige landen geven het meest uit aan winkelen (ten opzichte van andere bezoekers). Franse bezoekers spenderen relatief veel geld aan

eten en drinken. Bezoekers uit Frankrijk, Duitsland en overige landen gebruiken hun bezoek ook (meer dan andere bezoekers) om benzine te tanken.

In het vorige hoofdstuk is de verdeling van bezoeken aan coffeeshops over bezoekers van verschillende herkomst (paragraaf 2.2) weergegeven. Die cijfers gebruiken we om de gemiddelde besteding per bezoeker te berekenen. In tabel 3.2 wordt een uitsplitsing gemaakt van de gemiddelde besteding per bezoeker per dag/bezoek in 1999 en in 2008. De bestedingen in 1999 zijn omgerekend naar euro's (1 euro = 2,20371 gulden) en gecorrigeerd voor inflatie (index = 119,2 – bron: CBS en eigen schatting voor 2008).

Tabel 3.2 Gemiddelde besteding per bezoeker per dag (in 2008 euro's).

Bestedingscategorie	1999	2008
Winkelen	9,40	26,74
Eten en drinken	6,21	13,45
Parkeren	1,89	1,75
Brandstof		6,23
Overige zaken	6,95	8,69
Totaal	24,45	56,86

In 1999 werd slechts naar vier categorieën gevraagd, waardoor de bestedingen aan brandstof in dat onderzoek in de categorie "overige zaken" terecht zijn gekomen.

De gemiddelde besteding per bezoeker per dag/bezoek is meer dan verdubbeld van €24,45 naar €56,86. De besteding aan winkelen is bijna driemaal hoger in 2008 dan in 1999, de besteding aan eten en drinken is meer dan verdubbeld.

Bestedingen aan parkeren zijn tussen 1999 en 2008 licht afgenomen. Als we brandstof (in 2008) beschouwen als overige zaken (in 1999), dan is die post ook meer dan verdubbeld.

3.2 Totale bestedingen

De gemiddelde besteding per bezoeker (tabel 3.2, vorige paragraaf) kan nu worden vermenigvuldigd met het totale aantal bezoekers (2,1 miljoen, paragraaf 2.1) om de totale bestedingen per bestedingscategorie te berekenen. Tabel 3.3 hieronder geeft de uitkomsten van die berekening en de uitkomsten van die berekening uit het onderzoek van 1999.

Tabel 3.3 Totale bestedingen van bezoekers per jaar (in 2008 euro's).

Bestedingscategorie	1999	2008
Winkelen	5,5 mln	56,1 mln
Eten en drinken	3,7 mln	28,2 mln
Parkeren	1,2 mln	3,7 mln
Brandstof		13,1 mln
Overige zaken	4,2 mln	18,2 mln
Totaal	14,6 mln	119,4 mln

De cijfers in tabel 3.3 geven aan dat er sprake is van een sterke stijging van de totale bestedingen van bezoekers van coffeeshops in Maastricht, van 14,6 miljoen euro in 1999 naar 119,4 miljoen euro in 2008. Dat is factor 8 hoger. Deze sterke toename komt enerzijds van de toegenomen gemiddelde bestedingen (zie tabel 3.2) en anderzijds van het toegenomen aantal bezoekers (van 1,1 miljoen naar 2,1 miljoen).

De winkels profiteren het meest van de bestedingen van bezoekers buiten de coffeeshops (56 miljoen euro), gevolgd door de horeca (28 miljoen euro). Ook de categorieën "overige zaken" (18 miljoen euro) en "brandstof" (13 miljoen euro) vormen grote bestandsdelen van de totale bestedingen van de bezoekers.

4 Economische effecten

4.1 Inleiding

Bestedingen leiden niet alleen tot directe effecten op omzet en werkgelegenheid, maar ook tot indirecte effecten. Dit worden doorgaans wel toeleveranciereffecten genoemd. Immers, als een bezoeker van de coffeeshops een besteding in de horeca doet, dan leidt dat allereerst tot een toename van de omzet in de horeca. De horecagelegenheid moet echter goederen en diensten inkopen om te kunnen voldoen aan de vraag van de bezoeker. Een toename in de omzet van de horecagelegenheid leidt dan ook tot een toename in de omzet van toeleveranciers van die horecagelegenheid. Dat wordt het indirecte effect genoemd. Dit effect kan worden uitgedrukt in omzet en werkgelegenheid.

OWP Research heeft in 2002 in het kader van een Europees onderzoeksproject een lokaal economisch model ontwikkeld, waarmee het mogelijk is om directe en indirecte effecten te berekenen (zie www.emploctool.com). Een model voor Maastricht werd in 2006 gebruikt voor de berekening van economische effecten van het wegverkeer in Maastricht (Transec Maastricht, zie www.owp.nl). Dit model wordt hier gebruikt voor de berekening van het effect van de bestedingen van bezoekers van coffeeshops in Maastricht op de lokale omzet en werkgelegenheid.

Paragraaf 4.2 bespreekt de effecten van bestedingen (buiten de coffeeshop) van bezoekers van coffeeshops op de omzet van bedrijfssectoren in Maastricht. Paragraaf 4.3 bespreekt de effecten van bestedingen (buiten de coffeeshop) van bezoekers van coffeeshops op de werkgelegenheid van bedrijfssectoren in Maastricht.

4.2 Omzeteffecten

In tabel 4.1 worden de omzeteffecten van de bestedingen van de bezoekers weergegeven voor het onderzoek van 2008. Het gaat hier om het jaarlijkse effect op de omzet in bedrijfssectoren in Maastricht. Een vergelijking met cijfers uit 1999 is om twee redenen niet mogelijk. Ten eerste, bij de berekening van de

economische effecten werd in het onderzoek uit 1999 een model gebruikt voor een ander gebied, namelijk het COROP-gebied Zuid-Limburg. Ten tweede werd het impact model op een andere wijze berekend. Ook bevat het model dat wij hanteren geen cijfers voor 1999. Het berekende effect van bestedingen op de regionale (=COROP-gebied Zuid-Limburg) omzet bedroeg in 1999 29,8 miljoen gulden. Dat is gelijk aan 16,1 miljoen euro in 2008 euro's.

Tabel 4.1 Omzeteffecten van bestedingen van bezoekers per jaar (euro's).

Bedrijfssector	Direct effect	Totaal effect
Landbouw, bosbouw en visserij	0,0 mln	0,0 mln
Delfstoffenwinning	0,0 mln	0,1 mln
Industrie	0,0 mln	4,9 mln
Nutsbedrijven	0,0 mln	1,5 mln
Bouwnijverheid	0,0 mln	0,3 mln
Handel en reparatie	78,4 mln	79,9 mln
Horeca	37,4 mln	37,9 mln
Transport en communicatie	0,0 mln	1,6 mln
Financiële diensten	0,0 mln	1,2 mln
Overige commerciële diensten	0,0 mln	8,0 mln
Niet-commerciële diensten	3,7 mln	5,3 mln
Totaal	119,4 mln	140,9 mln

De totale directe bestedingen van 119,4 miljoen euro leiden tot een effect op de omzet van Maastrichtse bedrijven van 140,9 miljoen euro. Het grootste deel daarvan komt terecht bij de detailhandel (79,9 miljoen euro) en de horeca (37,9 miljoen euro). De sector niet-commerciële diensten kent een omzeteffect van 5,3 miljoen euro, dat vooral tot stand komt via de bestedingen aan parkeren. Voorts valt op dat de sector "overige commerciële diensten", welke voornamelijk zakelijke diensten betreffen, een aanmerkelijk indirect effect kent van 8,0 miljoen euro.

4.3 Werkgelegenheidseffecten

Op dezelfde wijze als bij de omzetteffecten in de vorige paragraaf, wordt in tabel 4.2 hieronder het effect van de bestedingen (buiten de coffeeshops) van bezoekers van coffeeshops op de lokale werkgelegenheid weergegeven. Werkgelegenheidseffecten worden weergegeven in arbeidsjaren, ofwel fulltime banen (fte).

Tabel 4.2 Werkgelegenheidseffecten van bestedingen van bezoekers per jaar (arbeidsjaren).

Bedrijfssector	Direct effect	Totaal effect
Landbouw, bosbouw en visserij	0 fte	0 fte
Delfstoffenwinning	0 fte	0 fte
Industrie	0 fte	14 fte
Nutsbedrijven	0 fte	4 fte
Bouwnijverheid	0 fte	2 fte
Handel en reparatie	939 fte	958 fte
Horeca	500 fte	508 fte
Transport en communicatie	0 fte	8 fte
Financiële diensten	0 fte	5 fte
Overige commerciële diensten	0 fte	53 fte
Niet-commerciële diensten	45 fte	65 fte
Totaal	1484 fte	1617 fte

Het directe werkgelegenheidseffect van de bestedingen van bezoekers van coffeeshops buiten de coffeeshop (119 miljoen euro) bedraagt 1484 arbeidsjaren. Het totale werkgelegenheidseffect, dus inclusief het toeleverancierseffect, bedraagt 1617 arbeidsjaren. Het grootste deel daarvan komt terecht bij de detailhandel (958 arbeidsjaren) en de horeca (508 arbeidsjaren). Omdat het hier gaat om steeds terugkerende bestedingen van bezoekers, zijn de genoemde effecten in tabellen 4.1 en 4.2 structureel van aard.

Bijlage: vragenlijsten

Vragenlijst onderzoek VOCM

1. Waar woont u?

- In Maastricht
- In Nederland maar niet in Maastricht
- In België
- In Duitsland
- In Frankrijk
- Ander land, namelijk

2. Op welke manier bent u vandaag naar Maastricht gekomen?

- met de auto (ga verder met vraag 3)
- met de motor (ga verder met vraag 4)
- met de scooter/brommer (ga verder met vraag 5)
- met de fiets (ga verder met vraag 5)
- met de trein (ga verder met vraag 5)
- met de bus (openbaar vervoer) (ga verder met vraag 5)
- niet van toepassing (ik woon in Maastricht) (ga verder met vraag 5)
- anders, namelijk (ga verder met vraag 5)

3. Als u vandaag met de auto naar Maastricht bent gekomen, hoeveel personen zaten er dan in die auto (u zelf meegerekend)?

- 1 (alleen u zelf)
- 2
- 3
- 4
- meer dan 4 personen, namelijk:

4. Uit welke richting en via welke weg bent u vandaag naar Maastricht gereden?

- vanuit het zuiden: snelweg A2 (Luik-Maastricht)
- vanuit het zuiden: andere weg
- vanuit het oosten: N278 (Vaals-Maastricht)
- vanuit het oosten: andere weg
- vanuit het noorden: A2 (Eindhoven/Aken-Maastricht)
- vanuit het noorden: andere weg
- vanuit het westen, vanuit Smeermaas (N766 België)
- vanuit het westen, vanuit Veldwezelt (N2 België)
- vanuit het westen, vanuit Vroenhoeven (N79 België)
- vanuit het westen, andere weg

5. Hoe vaak bezoekt u deze coffeeshop?

- meerdere keren per dag
- één keer per dag
- 2 tot 6 keer per week
- één keer per week
- 2 tot 3 keer per maand
- één keer per maand
- minder dan één keer per maand

6. Koopt u (in deze coffeeshop) ook hasj/wiet?

- ja
- soms
- nee

7. Bezoekt/bezocht u vandaag ook andere (gedoogde) coffeeshops in Maastricht?

- ja, nog één andere coffeeshop in Maastricht
- ja, nog twee andere coffeeshops in Maastricht
- ja, nog drie andere coffeeshops in Maastricht
- ja, nog vier andere coffeeshops in Maastricht
- ja, nog vijf andere coffeeshops in Maastricht
- ja, meer dan vijf andere coffeeshops in Maastricht
- nee, ik bezoek alleen deze coffeeshop

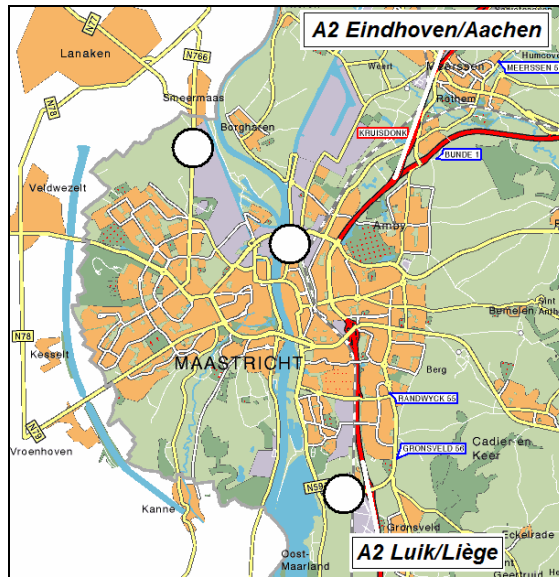
8. Stel dat het is toegestaan om meer dan 5 gram hasj/wiet te kopen, zou u deze coffeeshop dan minder vaak bezoeken?

- ja
- nee

9. Er bestaat een plan om een aantal coffeeshops te verplaatsen naar de rand van Maastricht. Die coffeeshops zijn dan beter bereikbaar en er kan gratis worden geparkeerd. Zou u voortaan naar zo'n locatie aan de rand van Maastricht gaan om hasj/wiet te kopen?

- ja (verder met vraag 10)
- nee (verder met vraag 11)

10. Hieronder staan drie locaties weergegeven waar de coffeeshop naartoe verplaatst zouden worden. Kunt u op het kaartje hieronder aangeven (cirkel aankruisen) op welke locatie u voortaan hasj/wiet zou kopen?



11. Hoeveel geld geeft u tijdens uw bezoek buiten de coffeeshop in Maastricht uit aan de volgende zaken (gemiddeld per persoon):

Parkeren	€	
Winkelen	€	
Horeca (eten & drinken)	€	
Brandstof (bezine/diesel)	€	
Overige zaken	€	
TOTAAL	€	

12. Koopt u wel eens in Maastricht hasj/wiet buiten de (gedoogde) coffeeshops?

- ja (verder met vraag 13)
 nee (eind van de vragenlijst)

13. Waarom koopt u wel eens in Maastricht hasj/wiet buiten de (gedoogde) coffeeshops?

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Questionnaire du VOCM (Association des coffeeshops officiellement reconnus de Maastricht)

1. Où résidez-vous ?

- A Maastricht
- Aux Pays-Bas, mais pas à Maastricht
- En Belgique
- En Allemagne
- En France
- Dans un autre pays, à savoir

2. Comment êtes-vous venu(e) à Maastricht ?

- En voiture (passez à la question 3)
- En moto (passez directement à la question 4)
- En scooter/mobylette (passez directement à la question 5)
- En vélo (passez directement à la question 5)
- En train (passez directement à la question 5)
- En bus ou autres transports publics (passez directement à la question 5)
- Sans objet (je réside à Maastricht) (passez directement à la question 5)
- Autre, à savoir (passez directement à la question 5)

3. Si vous êtes venu(e) à Maastricht en voiture, combien de personnes ont fait le voyage ?

- 1 - vous seul(e)
- 2
- 3
- 4
- Plus de 4 personnes, à savoir :

4. D'où êtes-vous venu(e) et quel itinéraire avez-vous emprunté ?

- Du sud : autoroute A2 (Liège-Maastricht)
- Du sud : autre itinéraire
- De l'est : N278 (Vaals-Maastricht)
- De l'est : autre itinéraire
- Du nord : A2 (Eindhoven/Aken-Maastricht)
- Du nord : autre itinéraire
- De l'ouest, depuis Smeermaas (N766 Belgique)
- De l'ouest, depuis Veldwezelt (N2 Belgique)
- De l'ouest, depuis Vroenhoeven (N79 Belgique)
- De l'ouest, par un autre itinéraire

5. A quelle fréquence vous rendez-vous dans ce coffeeshop ?

- Plusieurs fois par jour
- Une fois par jour
- 2 à 6 fois par semaine
- Une fois par semaine
- 2 à 3 fois par mois
- Une fois par mois
- Moins d'une fois par mois

6. Achetez-vous du hasch/de l'herbe (dans ce coffeeshop) ?

- oui
- parfois
- non

7. Vous êtes-vous rendu(e)/avez-vous l'intention de vous rendre aujourd'hui dans d'autres coffeeshops (autorisés) de Maastricht?

- oui, j'ai l'intention de me rendre dans un autre coffeeshop de Maastricht
- oui, j'ai l'intention de me rendre dans deux autres coffeeshops de Maastricht
- oui, j'ai l'intention de me rendre dans trois autres coffeeshops de Maastricht
- oui, j'ai l'intention de me rendre dans quatre autres coffeeshops de Maastricht
- oui, j'ai l'intention de me rendre dans cinq autres coffeeshops de Maastricht
- oui, j'ai l'intention de me rendre dans plus de cinq autres coffeeshops de Maastricht
- non, j'ai l'intention de me limiter à ce seul coffeeshop

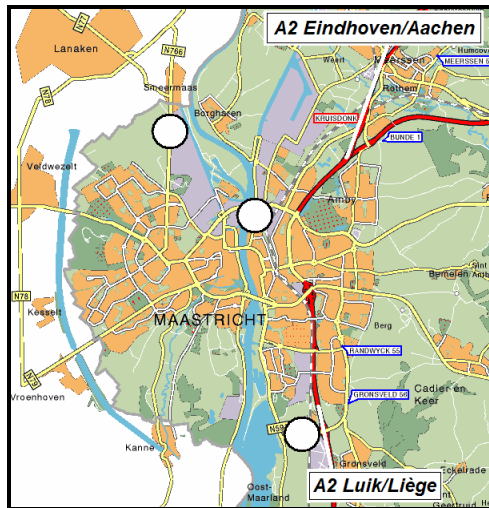
8. Si la vente de plus de 5 grammes de hasch/herbe était autorisée, viendriez-vous moins souvent dans ce coffeeshop ?

- Oui
- Non

9. Un projet visant à déplacer certains coffeeshops à la périphérie de Maastricht est actuellement à l'étude. Les coffeeshops concernés seraient ainsi plus faciles à rallier et le parking serait gratuit. Seriez-vous tenté(e) d'acheter votre hasch/herbe dans un coffeeshop installé à la périphérie de Maastricht ?

- Oui (passez à la question 10)
- Non (passez directement à la question 11)

10. Les trois sites en questions sont indiqués sur le plan ci-dessous. Pouvez-vous désigner (en cochant le cercle) l'emplacement du coffeeshop où vous seriez prêt(e) à acheter votre hasch/herbe ?



11. Combien d'argent dépensez-vous à Maastricht en dehors du coffeeshop dans les domaines suivants (moyenne par personne) :

Parking	€	
Shopping	€	
Restauration (nourriture & boissons)	€	
Carburant (essence/diesel)	€	
Autres	€	
TOTAL	€	

12. Achetez-vous parfois du hasch/de l'herbe à Maastricht en dehors du circuit des coffeshops (autorisés) ?

- Oui (passez à la question 13)
- Non (fin du questionnaire)

13. Pourquoi achetez-vous parfois du hasch/de l'herbe à Maastricht en dehors du circuit des coffeshops (autorisés) ?

Nous vous remercions de votre collaboration !

Fragebogen VOXM-Untersuchung

1. Wo wohnen Sie?

- in Maastricht
- in den Niederlanden, jedoch nicht in Maastricht
- in Belgien
- in Deutschland
- in Frankreich
- anderes Land, nämlich

2. Wie sind Sie heute nach Maastricht gekommen?

- mit dem Pkw (weiter mit Frage 3)
- mit dem Motorrad (weiter mit Frage 4)
- mit dem Roller/Mofa (weiter mit Frage 5)
- mit dem Fahrrad (weiter mit Frage 5)
- mit der Bahn (weiter mit Frage 5)
- mit dem Bus (öffentliche Verkehrsmittel) (weiter mit Frage 5)
- nicht zutreffend (ich wohne in Maastricht) (weiter mit Frage 5)
- sonstige, nämlich (weiter mit Frage 5)

3. Wenn Sie heute mit dem PKW nach Maastricht gekommen sind, wie viele Personen saßen dann im Fahrzeug (Sie selbst mitgerechnet)?

- 1 (nur Sie selbst)
- 2
- 3
- 4
- mehr als vier Personen, nämlich:

4. Aus welcher Richtung und über welche Straßenverbindung sind Sie heute nach Maastricht gekommen?

- aus südlicher Richtung: Autobahn 82 (Lüttich-Maastricht)
- aus südlicher Richtung: andere Route
- aus östlicher Richtung: N278 (Vaals-Maastricht)
- aus östlicher Richtung: andere Route
- aus nördlicher Richtung: A2 (Eindhoven/Aachen-Maastricht)
- aus nördlicher Richtung: andere Route
- aus östlicher Richtung, aus Richtung Smeermaas (N766 Belgien)
- aus östlicher Richtung, aus Richtung Veldwezelt (N2 Belgien)
- aus westlicher Richtung, aus Richtung Vroenhoeven (N79 Belgien)
- aus westlicher Richtung, andere Route

5. Wie häufig besuchen Sie diesen Coffeeshop?

- mehrmals täglich
- einmal täglich
- 2 bis 6 mal wöchentlich
- einmal wöchentlich
- 2 bis 3 mal monatlich
- einmal monatlich
- weniger als einmal monatlich

6. Kaufen Sie (in diesem Coffeeshop) auch Haschisch/Marihuana?

- ja
- manchmal
- nein

7. Besuchen/besuchten Sie heute auch andere (geduldete) Coffeeshops in Maastricht?

- ja, noch einen weiteren Coffeeshop in Maastricht
- ja, noch zwei weitere Coffeeshops in Maastricht
- ja, noch drei weitere Coffeeshops in Maastricht
- ja, noch vier weitere Coffeeshops in Maastricht
- ja, noch fünf weitere Coffeeshops in Maastricht
- ja, mehr als fünf weitere Coffeeshops in Maastricht
- nein, ich besuche nur diesen Coffeeshop

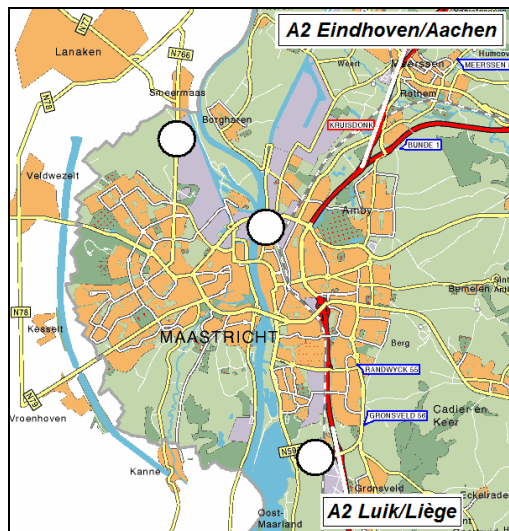
8. Angenommen, es wäre erlaubt, mehr als 5 g Haschisch/Marihuana zu kaufen, würden Sie diesen Coffeeshop dann weniger häufig besuchen?

- ja
- nein

9. Es ist geplant, einige Coffeeshops an den Stadtrand von Maastricht zu verlegen. Die Coffeeshops wären dann besser erreichbar, und es stünden kostenlose Parkplätze zur Verfügung. Würden Sie an einem solchen Standort am Rande von Maastricht Haschisch/Marihuana kaufen?

- ja (weiter mit Frage 10)
- nein (weiter mit Frage 11)

10. Nachfolgend sind drei Standorte angegeben, an die der Coffeeshop verlegt werden soll. Können Sie auf der nachstehenden Karte angeben (einkreisen), an welchem Standort Sie Haschisch/Marihuana kaufen würden?



11. Wieviel Geld geben Sie bei Ihrem Besuch in Maastricht außerhalb des Coffeeshops für folgende Dinge aus (durchschnittlich pro Person):

Parken	€	
Einkaufen	€	
Gastronomie (Essen und Trinken)	€	
Kraftstoff (Benzin/Diesel)	€	
Sonstiges	€	
SUMME	€	

12. Kaufen Sie Haschisch/Marihuana auch schon einmal außerhalb der (geduldeten) Coffeeshops?

- ja (weiter mit Frage 13)
 nein (Ende des Fragebogens)

13. Warum kaufen Sie Haschisch/Marihuana auch schon einmal außerhalb der (geduldeten) Coffeeshop?

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!