



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

SAMENVATTING

- De cannabissector geeft de voorkeur aan het reguleren van de hele keten. Een experiment is de second best optie. Of de cannabissector vertrouwen heeft in het experiment en mee wil doen hangt af van de invulling en de voorwaarden.
- Het uitgangspunt is volgens de cannabissector: het terugdringen van het illegale aanbod. Cannabisconsumenten moeten zoveel mogelijk gebruik gaan maken van het gereguleerde aanbod dat verkocht wordt in de coffeeshop. Op die manier neemt het criminele deel van de cannabismarkt in omvang af.
- Het experiment kan grote ongewenste gevolgen hebben voor de relatieve stabiliteit op de Nederlandse cannabismarkt en de veiligheid van ondernemers en consumenten. Het gaat immers niet om een laboratoriumexperiment op een geïsoleerde plek maar om een (sociaal) experiment in een bestaande markt. Ingrijpen in deze markt heeft gevolgen die niet kunnen worden teruggedraaid. Het idee van een afbouwperiode na het experiment is een dwaalgedachte en leidt tot chaos.
- De sector beschouwt het experiment als een transitie van een illegale naar een gereguleerde achterdeur. Dat is een onomkeerbaar proces. Om het experiment te laten slagen zijn een gefaseerde invoering, continue monitoring en tussentijdse evaluaties noodzakelijk. Zo kan het experiment voortdurend worden bijgestuurd en stapsgewijs over heel Nederland worden uitgerold. Het is een dynamisch proces.
- In de beginfase van het experiment moeten shops naast gereguleerde wiet ook nog cannabis via de nu nog bestaande netwerken kunnen inkopen. De gereguleerde wiet is dan een aanvulling op het oude assortiment van de coffeeshop. Er kan dan worden gemeten in hoeverre de gereguleerde wiet aanslaat bij de consument. Zo zal het gereguleerde aanbod stapsgewijs het illegale aanbod de markt uitdrukken.
- Het experiment moet niet worden beperkt tot de voorgestelde 6-10 gemeenten. Alle coffeeshops in heel Nederland zouden mee moeten kunnen doen. Deelname moet op vrijwillige basis gebeuren. De kans op juridische procedures is groot wanneer coffeeshops worden gedwongen om mee te doen.
- Bij een gefaseerde invoering kunnen niet meteen alle coffeeshops meedoen. Om waterbedeffecten, openbare ordeproblemen en grote verstoringen van de markt te beperken, zouden coffeeshops die nog niet meedoen de mogelijkheid moeten krijgen om te testen. Zo kunnen zij alvast een verbeterslag maken en de kwaliteit van hun assortiment verbeteren. Daarvoor hebben zij wel een grotere handelsvoorraad nodig.
- Coffeeshops moeten nauw worden betrokken bij de teelt. Maak ze verantwoordelijk voor een transparante, gesloten administratieve en financiële cannabisketen. Elke coffeeshop moet zelf kunnen bepalen bij wie hij welke producten inkoopt, zolang het maar transparant is. Coffeeshops



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

hebben immers verschillende klantenkringen met uiteenlopende wensen. Dit kan door toevoeging van het T-criterium aan de huidige gedoogcriteria. Dat is eenvoudiger dan een wetswijziging. T staat dan voor 'transparantie' en 'teelt'.

- Dit experiment gaat uit van de coffeeshop. Coffeeshops zijn al decennialang vertrouwde verkooppunten. Zij zijn meegegroeid met de veranderde samenleving, de steeds veranderende behoefte van de consument en de vernieuwingen op het gebied van regelgeving. De coffeeshop staat dicht bij de consument en kan helpen om het consumentenvertrouwen in het gereguleerde aanbod te winnen. Online-verkoop en afhaaloketten bieden weinig mogelijkheden voor sociale interactie en directe preventie. Het experiment met social clubs in Nederland (Besloten Clubcriterium) is in 2012 mislukt. Consumenten weigerden zich uit privacyoverwegingen te laten registreren.
- Het merendeel van de coffeeshopgemeenten heeft nooit problemen ondervonden met coffeeshoptoeristen. In sommige (grens)gemeenten leidde de invoering van het Ingezetenen criterium tot openbare ordeproblemen en een toename van criminaliteit. Dat is ook de reden waarom het Ingezetenen criterium (nog) slechts in enkele gemeenten wordt gehandhaafd. (Her)invoering van het Ingezetenen criterium in grensgebieden lijkt de sector daarom onverstandig. Het experiment wordt daarmee onnodig gecompliceerd.
- Ervaringen met medicinale cannabis en de invoering van het Besloten Clubcriterium en het Ingezetenen criterium laten zien dat de drempel om cannabis op de zwarte markt aan te schaffen laag is. Dit blijkt ook uit de tussentijdse resultaten van de Grass Poll, een doorlopende online-enquête onder meer dan 9000 cannabisconsumenten. Wanneer het gereguleerde aanbod onvoldoende aansluit bij de vraag van consumenten, dan springen illegale aanbieders onmiddellijk in dat gat. Het is belangrijk daarmee rekening te houden bij het opstellen van de voorwaarden voor het experiment. De cannabissector signaleert de volgende *breekpunten*. Consumenten zullen voor het gereguleerde aanbod kiezen als:
 - Er geen maximering van het THC-gehalte geldt
 - Er voldoende, kwalitatief en divers aanbod is
 - De verkoop van buitenlandse cannabis (met name hasj) in beginsel mogelijk blijft
 - De verkoopprijs niet te veel afwijkt van de huidige verkoopprijs
 - De gereguleerde cannabis niet wordt bestraald
- We moeten niet alleen kijken naar gezondheids- en criminaliteitsaspecten. Er moet ook oog zijn voor de economische mogelijkheden van een gereguleerde cannabismarkt.



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

1. AFNAME CRIMINALITEIT

Coffeeshops hebben zware concurrentie van illegale cannabisaanbieders. Uit de Grass Poll - een grootschalige online-enquête die door ruim 9000 cannabisconsumenten is ingevuld - blijkt dat 49% van de coffeeshopconsumenten hun cannabis op dit moment ook deels via illegale aanbieders aanschaffen (zie punt 10). Als het experiment goed wordt opgezet dan zullen deze illegale aanbieders het afleggen tegen de coffeeshop. Een mislukt experiment zou daarentegen kunnen leiden tot sluiting van veel coffeeshops, openbare ordeproblemen en een sterke groei van de zwarte markt. In het verlengde hiervan is het (her)invoeren van het Ingezetenen criterium in grensgemeenten onverstandig. Het experiment moet erop gericht zijn om zoveel mogelijk consumenten gebruik te laten maken van het gereguleerde aanbod. Op die manier neemt het criminele deel van de cannabismarkt in omvang af.

2. GEEN AFBOUWPERIODE

De sector wijst de voorgestelde afbouwperiode na het experiment af. Het is ondenkbaar dat consumenten worden opgezadeld met een ongecontroleerd product van onbekende oorsprong, nadat zij eerst vier jaar lang kwalitatief goede en gecontroleerde wiet, voorzien van een etiket met productinformatie, konden aanschaffen. Bovendien is er voor coffeeshops die meedoen aan het experiment geen weg terug. Als coffeeshops gereguleerde cannabis gaan verkopen, dan verdampt hun vertrouwde netwerk van toeleveranciers. Het is onmogelijk om dat binnen afzienbare tijd weer op te bouwen.

Mocht de afbouwperiode van zes maanden wegens politieke redenen onvermijdbaar zijn, dan stelt de sector een alternatieve invulling van het experiment voor, om te vermijden dat ondernemers hun vertrouwde netwerk aan toeleveranciers volledig kwijtraken. Een van de alternatieven is om het experiment alleen uit te voeren onder ondernemers met meerdere coffeeshops. Een van de shops van de ondernemer kan dan meedoen aan het experiment. In die andere shop(s) blijft de ondernemer met zijn huidige toeleveranciers werken. Als de oude situatie na het experiment moet worden hersteld dan kan zo'n ondernemer veel makkelijker doorstarten via zijn vertrouwde netwerk aan toeleveranciers.

Een betere optie is dat coffeeshops binnen het experiment naast gereguleerde cannabis ook cannabis via de nu nog bestaande netwerken blijven inkopen (zie ook punt 3). De experimentwiet is dan een aanvulling op het oude assortiment van de coffeeshop. Zo kan goed worden gemeten in hoeverre de gereguleerde wiet aanslaat bij de consument. Het experiment wordt zo een uitdaging voor gereguleerde toeleveranciers om het illegale aanbod op prijs en kwaliteit de markt uit te drukken.

3. GEEN LABORATORIUMEXPERIMENT

Het experiment grijpt in op de hele cannabismarkt in Nederland. Het experiment heeft niet alleen gevolgen voor de coffeeshops die meedoen, maar kan grote - niet terug te draaien - gevolgen hebben voor de relatieve stabiliteit op de Nederlandse cannabismarkt en de veiligheid van ondernemers en consumenten. Het gaat hier niet om een laboratoriumexperiment op een geïsoleerde plek maar om een (sociaal) experiment in een bestaande markt. Van zuivere controlegroepen is daarom geen sprake.



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

4. FASERING, CONTINUE MONITORING EN BIJSTURING

Om waterbedeffecten, openbare ordeproblemen en grote verstoringen van de markt te beperken stelt de sector voor om het experiment gefaseerd (stapsgewijs) in te voeren. Op die manier kan de transitie van de illegale markt naar een gereguleerde markt op een organische manier verlopen. Continue monitoring en tussentijdse evaluatie zijn daarbij noodzakelijk. Door kleine stappen te maken kunnen onomkeerbare, ongewenste gevolgen tijdig worden bijgestuurd.

De fasering verloopt over twee dimensies:

- I. **De fasering van het aantal deelnemende coffeeshops aan het experiment.** De sector meent dat het experiment niet beperkt zou moeten worden tot enkele gemeenten, maar dat alle coffeeshops in Nederland mee zouden moeten kunnen doen. Deelname moet op vrijwillige basis gebeuren. De kans op juridische procedures is groot wanneer coffeeshops worden gedwongen om mee te doen. Begin het experiment met coffeeshops die graag mee willen werken en breidt dit aantal langzaam uit. Dit vergroot de kans op het slagen van het experiment aanzienlijk.
- II. **De fasering naar een 100% gereguleerd assortiment.** Vanuit het oogpunt van consumentenvertrouwen is het onwenselijk om het hele assortiment van coffeeshops die meedoen aan het experiment in één keer te vervangen door het aanbod van legale leveranciers. In de beginfase wordt een deel van het assortiment ingekocht bij gereguleerde leveranciers. Dat wordt langzaam opgevoerd totdat uiteindelijk 100% van het assortiment gereguleerd is.

Hoe het experiment er ook uit komt te zien, niet alle coffeeshops zullen tegelijk 100% overstappen op gereguleerde wiet. Dat kan de markt ernstig verstoren. Er kunnen bewegingen van consumenten ontstaan naar het gereguleerde aanbod toe, waardoor coffeeshops die meedoen met het experiment niet meer aan de vraag kunnen voldoen. Daarom is het van belang dat coffeeshops die nog niet deelnemen aan het experiment de mogelijkheid krijgen om te testen. Zo kunnen zij de kwaliteit van hun assortiment alvast verbeteren. Dit betekent dat zij een grotere handelsvoorraad moeten kunnen aanhouden.

5. T-CRITERIUM: TRANSPARANTE TEELT

Vertrouwen is cruciaal in de cannabismarkt. Het is belangrijk dat de consument vertrouwen krijgt in het gereguleerde aanbod. Coffeeshops genieten het vertrouwen van de consument en kunnen daarbij een belangrijke rol spelen. Vergelijk daarbij het aanbod van medicinale cannabis via de apotheek. Dit verloopt al jarenlang stroef vanwege het gebrek aan vertrouwen. Voor het slagen van het experiment is het ook van belang dat de coffeeshop kan vertrouwen op de overheid. Daarom moeten cannabisondernemers en consumenten nauw worden betrokken bij de opzet en uitvoering van het experiment.

Verticale integratie

Om ervoor te zorgen dat de consument vertrouwen krijgt in het gereguleerde aanbod, moet de coffeeshop invloed kunnen uitoefenen op de wijze van telen en de geteelde variëteiten. De sector stelt daarom voor om coffeeshops verantwoordelijk te maken voor een transparante, gesloten administratieve en financiële cannabisketen. Dit idee is gebaseerd op wat ze in Colorado een 'verticaal geïntegreerd systeem' noemen. In Nederland kan dit worden georganiseerd door toevoeging van het T-criterium aan



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

de huidige gedoogcriteria. Dat is eenvoudiger dan een wetswijziging. T staat dan voor transparantie en teelt. Dit heeft vier belangrijke voordelen:

1. Coffeeshopondernemers worden verantwoordelijk voor een transparante inkoop van cannabis en een schoon assortiment. Overtredingen van het T-criterium leiden net als bij overtredingen van de andere gedoogcriteria tot een sanctie van de burgemeester. Dit kan een waarschuwing zijn, maar vaker is dit tijdelijke of permanente sluiting van de coffeeshop.
2. Het T-criterium komt tegemoet aan de wens van burgemeesters om grip op het experiment te hebben.
3. Coffeeshopondernemers kunnen zelf kiezen bij welke telers zij hun producten kopen, zolang dit op een transparante manier gebeurt. Zo worden zij in staat gesteld om producten aan te bieden die bij hun klantenkring passen. Wensen van consumenten veranderen voortdurend. Om de zwarte markt tegen te gaan moeten zij daarop kunnen inspelen.
4. Het T-criterium leidt tot een divers, veilig en kwalitatief goed aanbod in de coffeeshops. Dat leidt ertoe dat consumenten de coffeeshops zullen verkiezen boven de illegale verkoopmarkt.

6. INVULLING VAN DE TEELT: VERZAMELGEBOUWEN

Colorado heeft 3000 vergunningen voor de hele cannabissector uitgegeven. Dat zijn teeltvergunningen, maar ook vergunningen voor de distributie. In navolging daarvan stelt de sector voor het aantal teeltvergunningen niet al te zeer te beperken. Het aanbod moet qua prijs en assortiment concurrerend zijn met de zwarte markt. Elke shop heeft een ander aanbod dat aansluit bij een ander publiek.

Naast een aantal grotere telers die 'massaproducten' produceren, zouden kleinschalige telers ook een rol moeten blijven spelen in de Nederlandse cannabismarkt. Om het experiment overzichtelijk en controleerbaar te houden, stelt de sector voor om die kleinschalige telers onder te brengen in zogenoemde teeltverzamelgebouwen. Zo kunnen coffeeshops indien gewenst hun eigen telers mee laten doen. Op die manier voorkom je een verschraving van de markt. Cannabis telen is iets anders dan de teelt van tomaten of bloemen. In de VS en Canada werd bij het reguleren van de teelt in eerste instantie gewerkt zonder ervaren wiettelers. Dat leverde inferieure en onverkoopbare producten op. Daarom zijn daar inmiddels veel ervaren wiettelers bij de gereguleerde teelt betrokken.

Alle kleinschalige telers die meedoen aan het experiment worden verplicht om op die locaties te telen. Per locatie is er een persoon verantwoordelijk voor het produceren, verwerken, testen en distribueren van cannabis volgens de gestelde regels. Alle telers dienen met goedgekeurde apparatuur en deugdelijke aansluitingen te werken. De elektriciteitsinstallatie moet door een erkende, professionele partij zijn aangelegd en goedgekeurd. Uiteraard is het teeltverzamelgebouw goed beveiligd. Alle cannabisproducten die de poort verlaten zijn via 'track and trace' systemen te volgen. Zo is van elke gram wiet duidelijk door wie en voor wie deze gekweekt is.

In het teeltverzamelgebouw is een centrale testlocatie waar de cannabisproducten worden getest op schimmels en pesticiden en werkzame bestanddelen (zoals THC, CBD, CBN). Vervolgens worden ze verzegeld naar de coffeeshop getransporteerd. Tijdens het transport is er documentatie aanwezig die aantoont dat de cannabisproducten voor de coffeeshop bestemd zijn. In de coffeeshop wordt het aanbod weer gecontroleerd op gewicht. Vervolgens kan de verzegeling worden verbroken om de producten te



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

verkopen. Veel consumenten willen het product kunnen zien en ruiken voor de aanschaf. De verpakking moet dus te openen zijn zoals bij koffie en thee in speciaalzaken. De administratie van de teelt tot verkoop moet ten alle tijden transparant zijn (track and trace).

7. COFFEESHOP BELANGRIJKE SCHAKEL

Dit experiment gaat over regulering van de achterdeur van de coffeeshops. De coffeeshop is al decennialang een veilig en vertrouwd verkooppunt, meegegroeid met de veranderde samenleving, de veranderde behoefte van de consument en de vernieuwingen op het gebied van regelgeving.

Vertrouwen

De huidige cannabissector kent de behoeften van de cannabisconsument en geniet het vertrouwen van alle actoren binnen het delicate krachtenveld van de cannabismarkt. Dat vertrouwen speelt - zoals eerder aangegeven - een cruciale rol in deze markt. Het maakt van de coffeeshop een essentiële en onvervangbare schakel tussen vraag en aanbod van cannabis. In de coffeeshop komt de vraag van de consument die op zoek is naar betrouwbare cannabis van goede kwaliteit samen met het aanbod van de juiste telers die deze cannabis kunnen produceren en die over de gewenste genetica beschikken.

Voorlichting en preventie

Het geven van voorlichting over cannabisgebruik zit in het DNA van de coffeeshop. Die doen dat al ruim 40 jaar. In vrijwel alle coffeeshops heeft het personeel daarvoor cursussen gevolgd. Verkoop in de coffeeshop werkt drempelverhogend en heeft daarmee een primaire preventieve werking. Minderjarigen zijn niet welkom in coffeeshops. Daarnaast is er op lokaal niveau samenwerking met het preventiewerk en de verslavingszorg. De sector pleit al geruime tijd voor de opheffing van het geldende verbod om cannabis te testen en is voorstander van een etiket met productinformatie, vergelijkbaar met de productinformatie op flessen wijn.

Meer dan een verkooppunt

Amerikaanse en Canadese delegaties bezoeken de laatste maanden Nederlandse coffeeshops omdat de *dispensaries* in hun eigen land – die alleen cannabis verkopen - niet blijken te voldoen. Er is behoefte aan plekken waar consumenten samen cannabis kunnen consumeren. Coffeeshops vervullen die functie al vele jaren. Daarnaast is de coffeeshop voor veel consumenten een vertrouwde informatiebron. Ook informeren klanten elkaar onderling: ervaren klanten informeren minder ervaren klanten.

De coffeeshop staat dicht bij de consument. Coffeeshoppers kan informatie over producten en het gebruik direct overbrengen op klanten en die informatie ook toespitsen op klanten. Veel klanten willen direct contact hebben met verkoper en de producten zien en ruiken voordat ze deze kopen. Het directe contact met de consument biedt daarbij ook de beste preventiemogelijkheden. Coffeeshoppers heeft het meeste zicht op de gedragingen van coffeeshopbezoekers, als die in de coffeeshop verblijven om iets te drinken (of te roken) met anderen. Online verkoop en zogenaamde 'afhaaloketten' bieden weinig mogelijkheden voor sociale interactie en directe preventie. In een social cannabis club zou dit in principe wel mogelijk zijn, maar daar speelt het aspect van de privacy. Het experiment met social cannabis clubs in Nederland - beter bekend als het Besloten club-criterium - is in 2012 volledig mislukt. Consumenten weigerden zich te laten registreren als lid.



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

8. BREEKPUNTEN VOOR DEELNAME AAN HET EXPERIMENT

Voor het slagen van het experiment is zoals eerder omschreven vertrouwen van de consument nodig. De cannabissector signaleert de volgende *breekpunten*. Consumenten zullen voor het gereguleerde aanbod kiezen als:

Er geen maximering van het THC-gehalte geldt

THC is de werkzame stof in cannabis. Het gemiddelde THC-percentages van wiet in coffeeshops schommelt de laatste jaren rond de 15%. Een deel van de consumenten vraagt nadrukkelijk ook om producten met een hoger THC-gehalte. Het maximeren van THC-percentages jaagt die consumenten naar de zwarte markt. Dat is een onwenselijke situatie.

Er voldoende kwalitatief en divers aanbod is

De Grass Poll laat zien dat consumenten verschillen in hun wensen ten aanzien van de plek van aanschaf en de eisen die ze aan de producten stellen. Consumenten van cannabis zijn op zoek naar een bepaald effect (high, up high, relaxed, stoned, inspired, chill, et cetera). Die zoektocht verschilt van persoon tot persoon en van moment tot moment. Vraag en aanbod van cannabissoorten veranderen continu; trends volgen elkaar in hoog tempo op. De coffeeshop heeft altijd ingespeeld op die trends en moet dat kunnen blijven doen met een ruim en divers aanbod, afgestemd op de specifieke vraag van zijn klantenkring.

De verkoop van buitenlandse cannabis (met name hasj) in beginsel mogelijk blijft

Coffeeshops moeten hasj kunnen blijven verkopen. Die hasj komt op dit moment onder andere uit Marokko, Afghanistan en Nepal. In die landen wordt cannabis buiten in de volle grond geteeld. Dat heeft invloed op de smaak en werking van het product. Het kost jaren om een vergelijkbaar product in Nederland te ontwikkelen dat aan de wensen van de consument voldoet. Uit de Grass Poll blijkt dat 24% van de consumenten hasj rookt. Dat zijn over het algemeen 'ervaren' cannabisconsumenten. Als die niet meer in de coffeeshop terecht kunnen zullen ze uitwijken naar de zwarte markt. Dit geldt ook voor consumenten die een voorkeur hebben voor buitenlandse wietsoorten.

De verkoopprijs niet te veel afwijkt van de huidige verkoopprijs

De huidige inkooprij van cannabis is vrij hoog omdat daarin ook risicogeld voor tussenhandelaren en illegale producenten is verwerkt. De productiekosten van gereguleerde cannabis zullen een stuk lager uitvallen. Dit betekent dat de verkoopprijs in principe niet hoeft af te wijken van de huidige verkoopprijs in de coffeeshop, ook niet als er andere kosten bijkomen (bijvoorbeeld voor het testen en bepaalde belastingen).

De gereguleerde cannabis niet wordt bestraald

Uit de Grass Poll blijkt dat slechts 15% van de medicinale cannabisconsumenten cannabis bij de apotheek aanschaf. De bestraling (gammastralen) van apotheekwiet is daarvan een belangrijke oorzaak. Die bestraling doodt bacteriën en heeft ook effect op een deel van de werkzame stoffen (terpenen). Bestraling van producten heeft maatschappij breed een negatieve bijklank. Het is vanuit dat perspectief zeer onwenselijk om gereguleerde wiet te gaan bestralen.



Position paper t.b.v. Adviescommissie experiment gesloten coffeeshopketen, 30 april 2018

9. INNOVATIE EN ECONOMIE

Van oudsher speelt Nederland een toonaangevende rol op het gebied van tuinbouw en agrarische technologie. Sinds begin jaren '90 heeft Nederland ook altijd vooropgelopen bij ontwikkelingen op het gebied van cannabisteelt. Deze positie biedt economische kansen voor Nederland. De ontwikkelingen in de rest van de wereld staan niet stil. Door de lengte van het experiment dreigt Nederland zijn voorsprong te verliezen aan landen als Canada, de VS en Israël waar de gereguleerde cannabisteelt in een stroomversnelling is gekomen. Bij het experiment moet niet alleen worden gekeken naar gezondheids- en criminaliteitsaspecten. Er moet ook oog zijn voor de economische mogelijkheden van een gereguleerde cannabismarkt. Verder biedt het experiment kansen voor innovatieve ontwikkelingen en wetenschappelijk onderzoek.

10. GRASS POLL: UNIEKE BETROUWBARE DATASET

De Grass Poll is een initiatief van Cannabis Connect. Deze doorlopende grootschalige online-enquête met ruim 9000 respondenten verschaft niet eerder verkregen en daarmee unieke data. Er zijn veel verschillende cannabisconsumenten met eigen voorkeuren en wensen. De Grass Poll is ontwikkeld om de veranderende behoeften en gedragingen van cannabisconsumenten voortdurend te kunnen monitoren. Het gereguleerde aanbod in de coffeeshops moet worden afgestemd op de huidige gedragingen en behoeften van consumenten. Op dit moment worden analyses uitgevoerd over de beschikbare data. Dat gebeurt in samenwerking met de Universiteit Utrecht. Het is mogelijk de data uit de Grass Poll te delen met uw commissie. Bepaalde resultaten zouden zelfs als nulmeting voor het experiment kunnen dienen. Vanwege het doorlopende karakter van deze online-enquête biedt deze de mogelijkheid om de effecten van het wietexperiment op de gedragingen van cannabisconsumenten continu te monitoren.

De Grass Poll is door zowel medicinale als recreatieve cannabisconsumenten ingevuld. Opvallend daarbij is dat een derde van de consumenten zowel medicinaal als recreatief gebruikt. Ook valt op dat de helft van de consumenten die in coffeeshops kopen daarnaast ook op de illegale markt inkopen. Een belangrijke groep (30%) heeft ook eigen hennepplanten. De Grass Poll laat zien dat online verkoop weinig populair is. De coffeeshop blijkt een vertrouwd distributiepunt voor de meeste Nederlandse consumenten. De coffeeshop vormt daarmee een belangrijke schakel tussen teelt en consument, die kan helpen om weerstand tegen gereguleerd aanbod te verminderen. Ook blijkt de coffeeshop een belangrijk informatiepunt, terwijl folders van de hulpverlening laag scoren als informatiebron. Consumenten, telers en coffeeshopondernemers hebben weinig vertrouwen in de overheid en alles wat daaraan gerelateerd is. De cannabismarkt is een zelf-informerende markt.