

DE XTC-WINKEL: EEN 'ERVARINGSGERICHT' PUBLIEKSONDERZOEK

Uitkomstenrapport
April 2023

Rafaela de Quadros Rigoni
Machteld Busz
Damián Zaitch
Stephen Snelders
Guido van Diepen

POPPI
DRUGSMUSEUM

Universiteit Utrecht

DANKWOORD

De XTC-winkel is voortgekomen uit een unieke samenwerking tussen Poppi Drugs Museum Amsterdam, Universiteit Utrecht en creatieve makers Corne van der Stelt, Vincent Schoutsen, Tijmen Zonnevijlle, Wouter van Veldhoven, Esther Bouma en vele andere collega's en vrijwilligers.

Bijzondere dank gaat uit naar Poppi collega's Hannah Hamans en Esther Zonneveld. En naar de collega's van de Drugsmenu-onderzoeksgroep aan de Universiteit Utrecht: Toine Pieters, Sander Bakkes, Jasper van Vught, Heidi Lesscher, Remco Veltkamp, Ingrid Hoofd en Stefan Werning. De Poppi medewerkers van de xtc-winkel Tom, Louise, Sherin, Sarah, Esmay, Sijmen en Iris. Marieke Hulsebos van Tivoli Vredenburg, Luka Zaitch en het team van Digital Inside.

Natuurlijk willen wij de financier van de XTC-winkel, het Cultuur Innovatiefonds Provincie Utrecht (CIPU) hartelijk bedanken voor de kans om te experimenteren, de ruimte om te falen en de kans om te innoveren. Wij bedanken de initiator van Poppi – stichting Mainline voor het vertrouwen, de tijd en de visie om de plannen van Poppi waar te maken. Ten slotte bedanken wij alle 1529 bezoekers van de XTC-winkel, de deelnemers aan de focusgroepen, de lokale en nationale politici en beleidsmakers die ons bezochten en alle mensen die hebben bijgedragen door hun mening en perspectieven met ons te delen.

Vormgeving: Daniela Fonseca
Fotografie: Marieke de Bra

Poppi Drugs Museum Amsterdam b.v.
Frederik Hendrikstraat 111-115
1052 HN Amsterdam
info@poppi.amsterdam
www.poppi.amsterdam

®Poppi Drugs Museum Amsterdam b.v.
April 2023

INHOUDSOPGAVE

Dankwoord 2

Samenvatting 4

Context 6

Een uniek publieksonderzoek: de XTC-winkel 8

Vraagstelling en doelstellingen 9

Methoden 10

Methodologische beperkingen 11

Resultaten 13

Enquête 13

Deelnemers 13

Productcontrole 15

Controle van de koper / consument 17

Controle van leveranciers en verkooppunten 22

Reclame en voorlichting 25

Aanvullende reacties per scenario 26

Focusgroepdiscussies 30

Observaties en gesprekken met bezoekers 33

Bezoekersdialogen 33

Conclusies 34

Reflectie op secundaire doelstellingen van de XTC-winkel 35

Maatschappelijke dialoog 35

Voorlichtende functie en het genereren van bewustwording 36

Aanbevelingen voor vervolgonderzoek 37

SAMENVATTING

Poppi Drugsmuseum en onderzoekers van de Universiteit Utrecht evalueerden in 2022 de maatschappelijke reacties op drie scenario's van gereguleerde verkoop van MDMA via een uniek publieksonderzoek: een 'XTC-winkel' in hartje Utrecht. In dit rapport worden de uitkomsten van dit onderzoek beschreven.

Het maatschappelijk debat over het reguleren van MDMA – de werkzame stof in XTC[1] - voor verkoop aan consumenten laait regelmatig op. Nederland is een van 's werelds grootste producenten en exporteurs van XTC en meer dan een miljoen Nederlanders gebruikte ooit het middel. De enorme illegale markt schept tal van maatschappelijke problemen, van veilig gebruik tot criminele ondermijning van de samenleving. Het gesprek over regulering is echter sterk gepolariseerd, wat het denken over alternatieve scenario's beperkt. In het kader hiervan hebben drugsonderzoekers van het Poppi Museum, in samenwerking met onderzoekers van de Universiteit Utrecht, drie scenario's voor alternatieve, gelegaliseerde verkoop van MDMA in detail doorontwikkeld: een apotheek, een smartshop en een club/party. Met behulp van creatieve makers van het Utrechtse Uitvindersgilde in samenwerking met Corné van der Stelt, werden deze drie verkooppunten naast elkaar ingericht in een winkelpand in het centrum van Utrecht. De winkel was open voor publiek tussen medio juli en eind september 2022.

Binnen het onderzoek dat aan de XTC-winkel gekoppeld was stond de vraag centraal: *onder welke voorwaarden vinden bezoekers van de XTC-winkel en drugsdeskundigen gereguleerde toegestane verkoop van XTC acceptabel?* De 1529 bezoekers aan de winkel gaven hun visie op de diverse verkoopvoorwaarden. Hiernaast organiseerde het team twee focusgroepdiscussies onder drugsexperts, observeerde het gesprekken tussen bezoekers en nodigde politici, beleidsmakers, (internationale) studenten en scholieren en academici uit op locatie.

Een eerste belangrijke conclusie is dat noch de bezoekers van de XTC-winkel, noch de deelnemers aan de focusgroepen onder 'legalisatie' of 'regulering' het volledig vrijgeven van de verkoop van MDMA verstaan. Beide groepen zijn voor (strenge) restricties op die verkoop. De deskundigen zijn daarbij iets behoudender: zij kozen in meerderheid voor een vierde scenario: een gespecialiseerde maar voor de klant onaantrekkelijke retail outlet. De bezoekers van de XTC-winkel - voor een belangrijk deel zelf gebruikers - waren in meerderheid voor òf verkoop door de apotheek, òf door een smartshop. In gesprek in de winkel kwamen ook zij vaak uit op een vierde scenario ergens tussen deze twee opties in, zij het met een iets lagere drempel voor de klant dan waar de deskundigen voor kozen. Ook verkoop op feesten en clubs kon nog op acceptatie door tegen de zestig procent van de bezoekers rekenen. Maar in al deze scenario's juichten bezoekers van de XTC-winkel juist ook restricties op verkoop toe. Zo waren ze voor een minimumleeftijdsgrens, veiligheidsgaranties en het beperken van de maximale doses in pillen. Vrijwel iedereen was tegen het toestaan van marketing en reclame.

[1] In dit rapport gebruiken wij XTC als synoniem voor MDMA, hoewel illegale XTC in de praktijk ook andere stoffen kan bevatten.

Als cross-over tussen een ‘ervaringsgericht’ publieksonderzoek en een kunstinstallatie kende het onderzoek een aantal beperkingen. Toch geeft het rapport interessante indicaties voor vervolgonderzoek en nadere beleidsmatige exploraties. De XTC-winkel bleek daarnaast zeer effectief om bewustzijn en genuanceerde uitwisseling onder bezoekers te creëren en om een politieke dialoog te faciliteren: op locatie en in de media. Het gesprek in de winkel ging voorbij aan een gepolariseerd debat over het wel of niet reguleren, maar ging de diepte in naar mogelijke alternatieve scenario’s om met MDMA om te gaan. Daarmee draagt het bij aan een verdieping in het Nederlandse drugsdebat.

‘SMARTSHOP SCENARIO’



CONTEXT

Nederland behoort tot de wereldwijde topproducenten van MDMA, het actieve bestanddeel in XTC[2]. Naar schatting worden er in Nederland jaarlijks bijna een miljard XTC-pillen geproduceerd. Het gebruik van MDMA wordt door menig onderzoeker als een 'genormaliseerd' fenomeen in de samenleving gezien[3]. Ruim een miljoen Nederlandse volwassenen gaven aan in hun leven 'ooit' XTC te hebben gebruikt en 150.000 volwassenen meldden gebruik in de voorafgaande maand[4].
De productie en (internationale) handel in XTC heeft verstrekkende maatschappelijke gevolgen. Er worden er met regelmaat ernstige geweldsincidenten in verband gebracht met de XTC-handel. De illegale winsten die gemaakt worden met de XTC-handel zijn verbonden met grootschalige belastingontduiking en witwaspraktijken. Bovendien voeden de drugswinsten corruptie bij politie, gemeenten en andere overheidsinstellingen. Ook zijn er zorgen over 'gewone' burgers die worden geronseld voor de XTC-productie en handel. In afgelegen gebieden is het bijvoorbeeld vrij gebruikelijk om gevraagd te worden om een loods beschikbaar te stellen voor de illegale productie van MDMA. Ten slotte brengt het dumpen van drugsafval dat vrijkomt bij de productie ernstige schade toe aan het milieu[5]. Paradoxaal lijkt de bestrijding van de aanbodkant van de MDMA-markt als onbedoeld gevolg juist het toenemen van de georganiseerde misdaad en volgens sommigen de 'ondermijning van de samenleving' tot gevolg te hebben[6].
Te midden van een vaak verhit publiek debat over de impact van de XTC-handel, maakt MDMA een comeback in therapeutische setting. De stof blijkt bijzonder effectief te zijn bij de behandeling van trauma en PTSS. Met daarnaast een substantieel aantal niet-problematische, recreatieve gebruikers, wordt de vraag of het Nederlandse MDMA-beleid nog wel aansluit bij een nieuwe realiteit steeds urgenter. Er is nog geen consensus in de samenleving over de wenselijkheid, laat staan de haalbaarheid van het (anders) reguleren van MDMA.

In het dagelijks taalgebruik wordt het concept 'regulering' vaak geïnterpreteerd als het volledig vrijgeven van een middel aan de markt. Deze interpretatie zorgt voor veel verwarring en felle tegenstand tegen dit idee. Echter, volgens een definitie van Transform Drug Policy (VK) beschrijft 'regulering' hoe staten de markt in een bepaald medicijn of activiteiten die daarmee verband houden wettelijk controleren. Deze controle omvat meestal een combinatie van licenties (d.w.z. de voorwaarden waaronder productie of detailhandel is toegestaan), belastingstelsels (die de detailhandelsprijzen kunnen bepalen) en wereldwijde controles op aspecten zoals marketing, verpakkingsvereisten of verkoop aan kinderen'. In dit rapport hanteren wij deze definitie als we spreken over het (anders) reguleren van XTC. Ook gebruiken wij de term 'legaliseren'. Wij bedoelen daarmee dat XTC-productie, handel en bezit voor een niet-medische markt niet langer strafbaar is, maar onder (onder bepaalde voorwaarden) toegestaan. Het middel wordt daarmee uit het illegale circuit gehaald en 'gelegaliseerd'.

[2] https://nos.nl/artikel/2247439-omzet-speed-en-XTC-handel-hoger-dan-die-van-albert-heijn.html

[3] https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2019/02/14/staatssecretaris-blokhuis-%E2%80%9Czorgen-om-normalisering-XTC-gebruik%E2%80%9D

[4] https://www.jellinek.nl/vraag-antwoord/hoeveel-mensen-gebruiken-XTC/

[5] https://www.njb.nl/media/3919/pactvdrechtsstaat.pdf

[6] Zie bijvoorbeeld S. Snelders, Drugssmokkelland (Zutphen: Walburg Pers, 2022); Drug Smuggler Nation (Manchester: Manchester University Press, 2021, 2023).

In 2023 start een staatscommissie met het uitbouwen van een advies rond het inzetten van MDMA in therapeutische setting. Dit advies wordt eind 2023 verwacht en neemt mogelijk ook een (deel)advies mee over het gebruik van MDMA in recreatieve settings. Alleen al vanuit dit oogpunt is het wenselijk om door te denken wat de consequenties zouden zijn van een alternatieve regulering (niet te verwarren met het geheel vrijgeven van productie, handel en gebruik – zie kader) van MDMA, en hoe dit er dan concreet uit zou moeten zien.



‘APOTHEEK SCENARIO’



EEN UNIEK PUBLIEKSONDERZOEK: DE XTC-WINKEL

In het kader van het bovengenoemde hebben drugsonderzoekers van het Poppi Museum, in samenwerking met onderzoekers van de Universiteit Utrecht, drie scenario's voor een alternatieve regulering van de verkoop van MDMA aan consumenten ontwikkeld[7]. Al eerder werkten deze onderzoekers samen in een pilotproject: een 'serious game' rond XTC-verkoop [8]. De hierbij uitgedachte verkooplocaties waren een smartshop, een apotheek en een club/festival. Bij deze keuze werd voortgebouwd op de theoretische gedachtenoefening rond een XTC-shop, zoals in 2019 ontwikkeld door een groep experts van de denktank-MDMA[9], en op een Britse publicatie uit datzelfde jaar van Transform Drug Policy: *How to Regulate Stimulants* [10]. Deze publicatie schetst verschillende opties voor beleids en verkooppraktijk en overdenkt waar de overheid controle over kan nemen bij het reguleren van de verkoop van MDMA. De kern van dit pleidooi rond regulering is daarbij telkens dat de overheid juist zou moeten streven om meer controle over de productie en handel in MDMA te krijgen, in plaats van deze aan de illegale markt over te laten.

Als volgende stap wilde het onderzoeksteam via een publieksonderzoek onder verschillende stakeholders en experts (actuele en potentiële gebruikers; drugsonderzoekers; en professionals uit de gezondheidszorg en rechtshandhaving) te weten komen hoe zij de effecten van deze scenario's concreet ervaarden en inschatten. Om de mate van acceptatie voor drie verschillende verkooppunten - ieder met eigen verkoopvoorwaarden - in te schatten kozen we voor het stimuleren van dialoog op een niet-polariserende of moraliserende wijze door het gebruik van 'immersive design', waarbij de bezoeker interacteert met het design en ondergedompeld wordt in de ervaring van het kopen van XTC. Met behulp van kunstenaars werden de drie scenario's vertaald naar een 'XTC-winkel'. Onder deze algemene noemer werden alle drie de verkooppunten naast elkaar ingericht in een winkelpand in het centrum van Utrecht.

[7] https://www.uu.nl/en/research/game-research/research/projects
[8] http://www.XTC-shop.org/
[9] https://denktank.gitlab.io/mdma-policy-mdmcda-website/
[10] https://transformdrugs.org/publications/how-to-regulate-stimulants-a-practical-guide

VRAAGSTELLING EN DOELSTELLINGEN

Binnen dit onderzoek stond de vraag centraal: *onder welke voorwaarden vinden bezoekers van de XTC-winkel en drugsdeskundigen gereguleerde toegestane verkoop van XTC acceptabel in onze maatschappij?*

Het publieksonderzoek had daarmee de volgende doelstelling;

- Het evalueren van maatschappelijke reacties en commentaren op de drie scenario's van gereguleerde verkoop van MDMA.

Hiernaast had de XTC winkel een aantal secundaire doelstellingen:

- Het genereren van maatschappelijke en politieke dialoog. Daarbij wilden we met behulp van het voorleggen van concrete toekomstscenario's in de vorm van artistiek design aan bezoekers en politici het gesprek rond reguleren depolariseren .
- Het vergroten van de bewustwording onder het algemeen publiek over de Nederlandse MDMA-problematiek en mogelijke oplossingsrichtingen.
- Op een creatieve manier voorlichting bieden over MDMA en de risico's voor de gebruiker.



METHODEN

Met de XTC-winkel werd de actieve participatie van het publiek gezocht om discussie en onderzoeksdata te genereren. Hiervoor werden een ‘ervaringsgerichte’ methode om een geïnformeerd debat en kennisuitwisseling tussen specifieke groepen over XTC-regulering aan te moedigen aangevuld met een meer traditionele mix van kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethoden om gegevens te verzamelen en te verspreiden.

Ten eerste, voor de ‘ervaringsgerichte’ methode: de XTC-winkel was opgericht in samenwerking met kunstenaars en kon dagelijks bezocht worden tussen 15 juli en 30 september 2022 in een winkelpand in het centrum van Utrecht. Bezoekers betraden een fictieve wereld waarin de beslissing om de productie van XTC te reguleren reeds genomen was: alle drie de verkoopscenario’s gingen uit van gereguleerde productie. Deze werkwijze haalde het debat weg van een gepolariseerd gesprek of regulering wel of niet moet plaatsvinden, maar maakte in plaats daarvan ruimte om door te denken over de scenario’s en voorwaarden binnen de gereguleerde verkoop. Door een ‘ervaringsgerichte’ methode toe te passen kon de bezoeker zich bovendien veel directer inleven in mogelijke toekomstscenario’s en werden de concrete keuzes die binnen de scenario’s voorliggen letterlijk tastbaar.

Met de kunstinstallatie namen wij bezoekers mee naar een wereld waarin de verkoop van XTC voor individuele consumptie toegestaan is. De gereguleerde productie was een vaststaand gegeven dat voor ieder scenario gelijk was. De bezoeker werd vervolgens uitgenodigd om mee te denken over de praktische uitvoer van dit beleid. De bezoekers liepen achtereenvolgens door drie verschillende verkooppunten: een smartshop, een apotheek, en een club/ festival waar een party gaande was. Ieder verkooppunt had zijn eigen regels en beperkingen op en mogelijkheden tot aankoop van XTC. Iedere winkel had een eigen manier van informatievoorziening, een assortiment en meer of minder drempels om XTC te kunnen kopen.

Naast de bezoekers die op eigen initiatief naar de XTC-winkel kwamen, werden er op verschillende momenten groepen politici, beleidsmakers, (internationale) studenten en scholieren en academici rondgeleid.

Met meer traditionele methoden van dataverzameling, werden de input, visies en feedback van de bezoekers op de verschillende scenario’s verzameld. Dit gebeurde via tablets die geïnstalleerd waren in de drie nagebouwde verkooppunten en waarmee - op creatieve wijze - een kwantitatieve survey afgenomen werd. Per scenario werden tussen de 10 en 13 vragen voorgelegd aan bezoekers. Deze gingen over de percepties van bezoekers over de verkoop van XTC, over hun mening en voorkeuren rond de verschillende verkooppunten en over de mate waarin de verschillende verkoopcondities acceptabel voor hen waren. Een aantal vragen testten de kennis van bezoekers over MDMA.

Bezoekers dachten op deze manier actief mee over de gevolgen van de verschillende scenario's, zoals de effecten van het gebruik van marketingmethoden, eventuele consequenties op de grootte van de zwarte markt, de veiligste manieren en risico's van XTC-verkoop voor de individuele en volksgezondheid, en hoe kwetsbare mensen het best beschermd konden worden tegen de risico's van XTC-gebruik. In elk scenario konden de bezoekers bepaalde randvoorwaarden van de verkoop bepalen. Hiermee werd reflectie op de politieke keuzes rond XTC-gebruik en verkoop gestimuleerd. Ter aanvulling op de survey werden door het aanwezige 'winkelpersoneel' met regelmaat informele exit vragen aan bezoekers gesteld om hun indrukken op elk voorkeursscenario nader te toetsen. Na afloop van de 'winkel-ervaring' werden observaties en nagesprekken gevoerd die buitengewoon informatief waren.

Ten slotte werden twee focusgroepen uitgevoerd, één met deskundigen uit de preventie en verslavings/gezondheidszorg (N=4, 75 minuten, in een ruimte van de Universiteit Utrecht), en één met diverse experts en onderzoekers op het gebied van drugsbeleid en strafrecht (N=5, 90 minuten, op locatie in de XTC-winkel). Beide gesprekken zijn opgenomen. Deelnemers blijven anoniem, ook diegenen die zich publiekelijk uitspreken over dit onderwerp.

Methodologische beperkingen

De onderzoeksopzet binnen de XTC-winkel is een eerste 'ervaringsgerichte' pilotstudie die wetenschap, kunst en educatie combineert. De opzet van de XTC-winkel leidde tot een aantal beperkingen van het onderzoek, die hieronder benoemd worden. Dit onderzoek moet dus niet gezien worden als een puur academische exercitie, maar eerder als een exploratief onderzoek en experiment.

Betalen voor deelname

Het Poppi museum exploiteerde de locatie en verkocht toegangskaarten om de kosten te dekken. Dit zorgde voor een eerste selectie van onze onderzoeksrespondenten: bezoekers aan de XTC-winkel waren dermate geïnteresseerd in het onderwerp dat zij bereid waren een ticket van tussen de 7 en 10 euro te betalen. De respondenten bleken dan ook al van tevoren betrokken te zijn geraakt bij het onderwerp, en waren geen doorsnee van het algemene Nederlandse publiek.

Organische selectie van respondenten

Door de ludieke opzet van de XTC-winkel kwamen er met name jonge, overwegend progressieve mensen in de XTC-winkel. Omdat een groot deel van de bezoekers zelf gebruikservaring had met XTC is de groep echter een mooie dwarsdoorsnede van de 'gemiddelde XTC-gebruiker'.

De tour samen lopen: antwoorden op basis van discussie en consensus

In de praktijk bleek dat 80-90% van de mensen de digitale tour en de survey over de scenario's op de tablets samen met anderen deed. Dit had het onverwachte effect dat er zeer levendige discussies en dialoog tussen (al bevriende) bezoekers ontstonden. De vragen werden op basis van die discussies eenmalig beantwoord. Dit verklaart waarom er 788 vragenlijsten zijn afgenomen, terwijl er 1529 bezoekers in de winkel zijn geweest.

De gesprekken tussen bezoekers leiden tot een interessante uitwisseling van perspectieven en stimuleerden een grotere bewustwording. In hoeverre die dialoog ook daadwerkelijk de antwoorden beïnvloedden hebben we echter niet onderzocht.

Geen roterende locaties

Op de locatie in Utrecht doorliepen alle bezoekers de drie scenario's in een vaste volgorde: eerst de smartshop, daarna de apotheek en ten slotte de club. Mogelijk heeft dit invloed gehad op de beoordeling van bezoekers. In een volgende ronde zou het interessant zijn om bezoekers de scenario's roulerend te laten doorlopen.

Technische beperkingen van de digitale enquête

Door onvoorziene technische problemen was het niet mogelijk om de antwoorden over de verschillende scenerio's van unieke respondenten te koppelen. De analyse kon dus alleen per scenario worden uitgevoerd, wat de mogelijkheid beperkte om keuzes rond regelgeving te correleren met de demografische gegevens van respondenten (zoals hun leeftijd en gebruikservaring).

Ook waren er relatief veel afvallers die niet alle scenario's netjes afmaakten of vragen oversloegen. Daarom is onze analyse met name beschrijvend, en hebben we geen variabelen als leeftijd en mate van gebruik gecorreleerd of nader vergeleken. In een vervolgonderzoek liggen hier echter wel grote kansen.

Focusgroepen

De kwaliteit van de twee focusgroepen (aantal deelnemers en inhoud gesprekken) was tevredenstellend. Het bleek echter, moeilijk om deskundigen uit de rechtshandhaving te rekruteren (politie en justitie). Dit gold in iets mindere mate ook voor deskundigen uit de verslavingszorg, met name onder mensen met 'extreme' posities (volledig vóór of tegen legalisering). In een vervolgonderzoek zouden wij nog sterker moeten inzetten op het betrekken van mensen uit de rechtshandhaving.

Op basis van de geleerde lessen zullen wij de methoden verfijnen waarna deze voor verder onderzoek kan worden toegepast. Niettemin zijn er zeer interessante inzichten te destilleren uit ons publieksonderzoek.

RESULTATEN

Enquête

Deelnemers

De winkel ontving 1529 bezoekers, waarvan 788 personen en bezoekersparen deelnamen aan het onderzoek, voldoende vragen beantwoordden[11] en toestemming gaven om hun antwoorden te analyseren. Dit resulteerde in het volgende aantal geldige antwoorden:

Scenario	N valide antwoorden	N totaal antwoorden	% valide van het totaal
Smartshop	752	788	95%
Apotheek	765	1201	64%
Club	744	955	78%

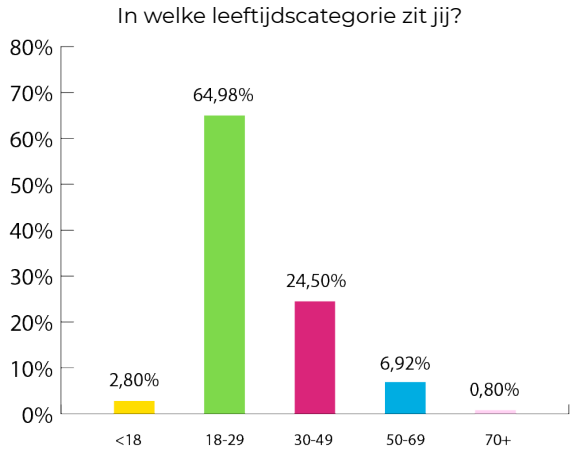
Ongeveer 77% van de deelnemers beantwoordde de enquête in het Nederlands, 23% in het Engels. Hoewel in de enquête niet werd gevraagd naar de nationaliteit van de mensen, wordt de gekozen taal gebruikt als een indicator of iemand Nederlands is of niet. De meeste bezoekers die de enquête invulden (65%) waren tussen de 18 en 29 jaar oud (grafiek 1) en 80% had ooit in zijn of haar leven MDMA gebruikt, 10% gaf aan vaker te gebruiken (maandelijks of vaker - zie grafiek 2). Als we dit vergelijken met de gegevens voor de algemene bevolking in de Nationale Drugsmonitor, zien we dat de respondenten relatief meer ervaring hadden met MDMA dan de bevolking in het algemeen. Volgens de laatste gegevens van de Nationale Drug Monitor heeft slechts 9,8% van de bevolking ooit XTC gebruikt, 3% in het afgelopen jaar en 1% in de laatste maand[12]. In het algemeen zouden we dus kunnen concluderen dat onze studie ons vooral informatie geeft over hoe MDMA-gebruikers zouden reageren op de verschillende scenario's van gereguleerde XTC-verkoop.

De overgrote meerderheid van de deelnemers (93%) beantwoordde de vraag over de veilige hoeveelheid water om te drinken om de schade van MDMA te verminderen correct (grafiek 3). Dit betekende niet dat hun kennis over MDMA altijd volledig of juist was. Zo had een relatief grote groep wel meegekregen dat MDMA voor therapeutisch gebruik wordt onderzocht, namelijk bij PTSD (72%), maar dacht 24% dat het ook wordt toegepast bij depressie (over deze toepassing is nog onvoldoende onderzoek gedaan) en 3% bij schizofrenie (incorrect) (grafiek 4). Meer dan de helft was op de hoogte van de gemiddelde sterkte van een XTC-pil op de Nederlandse zwarte markt (148 mg), maar de rest kwam uit op lagere hoeveelheden (grafiek 5).

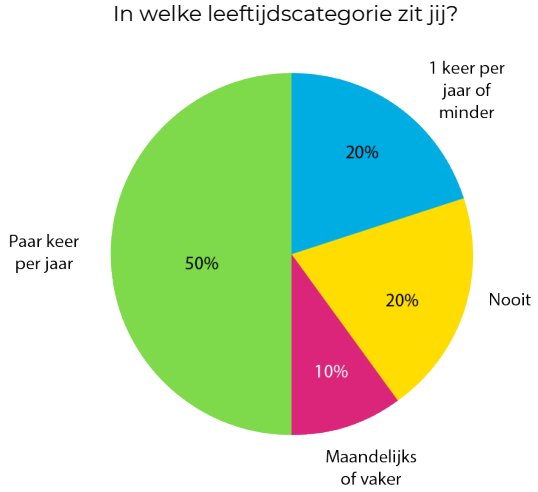
[11] Bezoekers die maar één antwoord gaven en daarna stopten met de tour werden uit de sample verwijderd.

[12] https://www.trimbos.nl/aanbod/webwinkel/af1911-nationale-drug-monitor-2021/

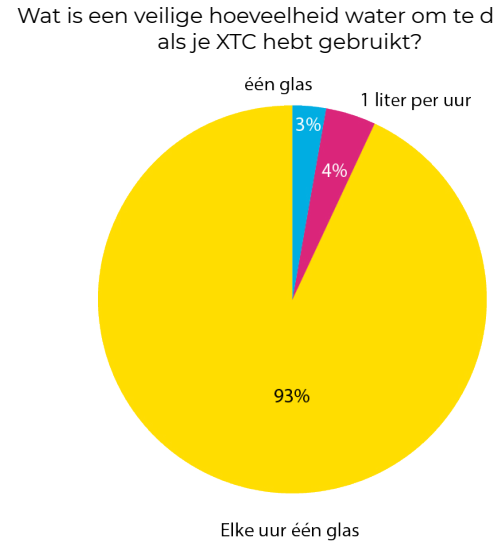
Grafiek 1: Leeftijd van de deelnemers (N=751)



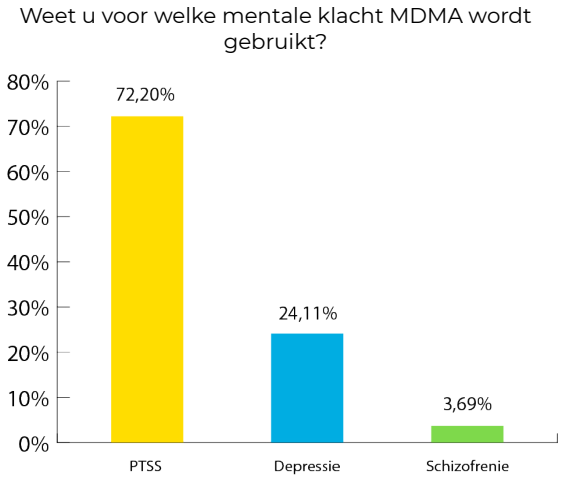
Grafiek 2: MDMA-gebruik (ooit-gebruik) (N=741)



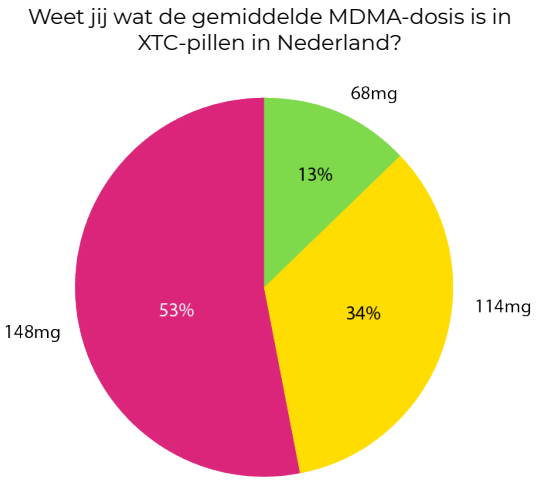
Grafiek 3: Kennis over schadebeperking bij MDMA gebruik (N=733)



Grafiek 4: Kennis over therapeutisch gebruik van MDMA (N=759)



Grafiek 5: Kennis over MDMA-sterkte (N=677)



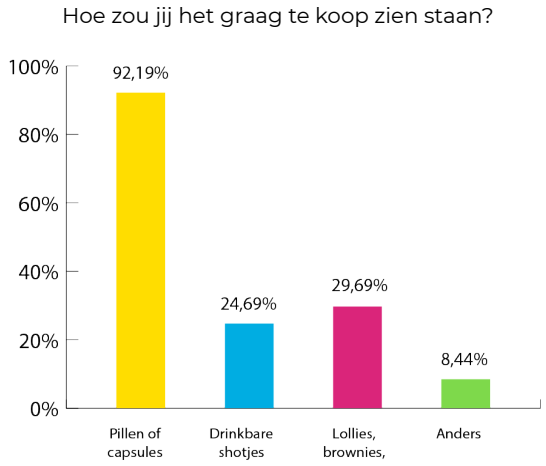
Productcontrole

MDMA zou als consumentenwaar gecontroleerd kunnen worden op verschillende onderdelen, waaronder de productie, marktprijs, kwaliteit, vorm van het product (die van invloed zijn op toedieningsvormen) en verpakking. In de XTC-winkel werden bezoekers gevraagd naar hun voorkeuren met betrekking tot de vormen (producttypen) waarin MDMA beschikbaar moet worden gesteld, de soorten verpakkingen en de mogelijke doseringen. Deelnemers konden kiezen voor meerdere producttypen en kozen meestal (92%) voor traditionele vormen: pillen en capsules. Ongeveer een-derde koos voor eetbare vormen zoals lollies, brownies en koekjes, en één op de vier koos voor drinkbare vormen zoals shots (zie grafiek 6). Door 8,5% van de deelnemers werden aanvullende vormen genoemd zoals (in volgorde van frequentie) poeder, (oog)druppeltjes, transdermische pleisters, kristallen, een vorm die kon worden verdampt of geïnjecteerd, of opgelost in zuivel en in thee.

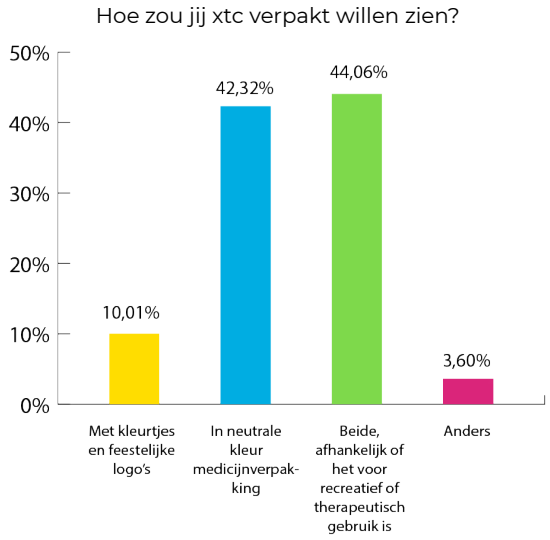
Deelnemers werd ook gevraagd om te beslissen hoe MDMA moest worden verpakt. De meesten kozen ofwel voor een neutrale, geneesmiddelachtige verpakking (42%) of wilden eerst de reden voor gebruik definiëren - recreatief of therapeutisch - om vervolgens de verpakking te bepalen (44%) (zie grafiek 7). Ideeën die genoemd werden door 3,6% van de deelnemers waren een neutrale verpakking anders dan een geneesmiddelendoosje, het opnemen van gezondheidsrisico's op de verpakking (zoals bij sigaretten) en het opnemen van gezondheidsadvies in de verpakking (bijsluiter).

De doseringen waarin MDMA wordt verkocht kunnen de mogelijkheden om de inname ervan te controleren bepalen. Ongeveer de helft van de deelnemers (49,53%) van de XTC-winkel gaf er de voorkeur aan dat de MDMA-dosering die te koop is, wordt aangepast aan het gewicht en geslacht van de consument om zo een veilige en aangename ervaring te hebben. Iets minder (42,32%) zou willen dat MDMA in lage doseringen (25-50 mg) wordt verkocht. Slechts ongeveer een-derde (28,04%) zou graag hoger gedoseerde pillen (100-200 mg) willen aanschaffen (grafiek 8).

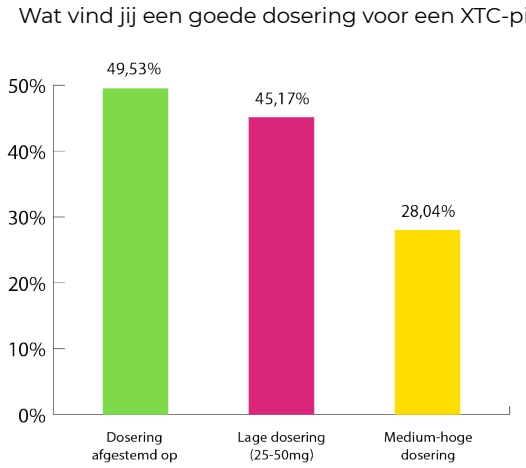
Grafiek 6: Voorkeursvormen van producttypen (N=320)



Grafiek 7: Voorkeursverpakking (N=749)



Grafiek 8: Voorkeursdoseringen (N=321)

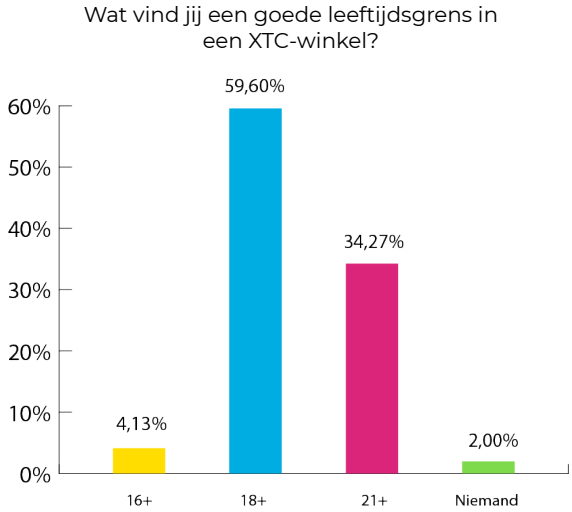


Controle van de koper / consument

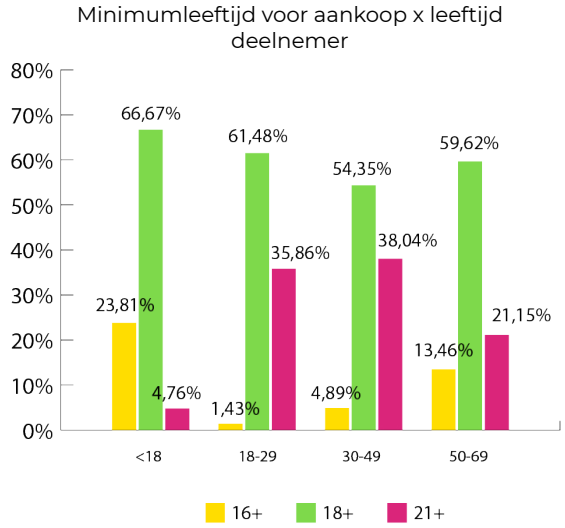
De bezoekers van de XTC-winkel werden gevraagd om hun voorkeuren aan te geven rond de minimumleeftijd om MDMA te mogen kopen, rond de noodzaak om persoonlijke informatie (zoals ID of medische dossiers) te moeten delen tijdens aankopen, rond de opties om te controleren op de inname van andere stoffen voordat MDMA mag worden gekocht en rond de limieten per aankoop.

Een leeftijdsgrens moet jongere mensen beschermen tegen toegang tot stoffen die schadelijk kunnen zijn voor hun ontwikkeling. Er is daarbij een risico dat mensen jonger dan de leeftijdsgrens proberen alsnog toegang te krijgen tot MDMA. Wanneer bezoekers gevraagd werden naar een minimumleeftijd die mensen zouden moeten hebben om MDMA te kopen noemden de meeste deelnemers (59,6%) 18 jaar. Iets meer dan een-derde gaf de voorkeur aan de nog hogere leeftijd van 21 jaar (grafiek 9). Deze voorkeuren kwamen overeen tussen de leeftijdsgroepen, behalve voor de groep deelnemers jonger dan 18 jaar. Net als de andere deelnemers noemden ook de meeste bezoekers uit de minderjarige leeftijdsgroep (66,67%) 18 jaar als minimum voor aankoop, maar in vergelijking met de andere leeftijdscategorieën noemden de jongsten vaker 16 jaar als minimumleeftijd om MDMA aan te schaffen (grafiek 10).

Grafiek 9: Minimumleeftijd voor aankoop (N=750)

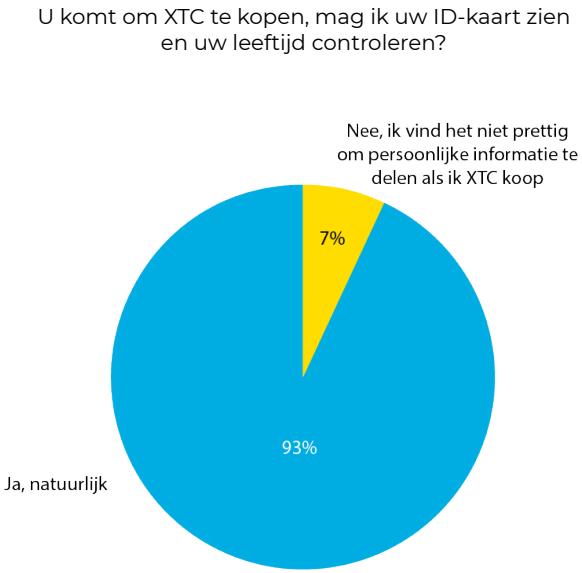


Grafiek 10: Minimumleeftijd voor aankoop x deelnemersleeftijd (N=750)

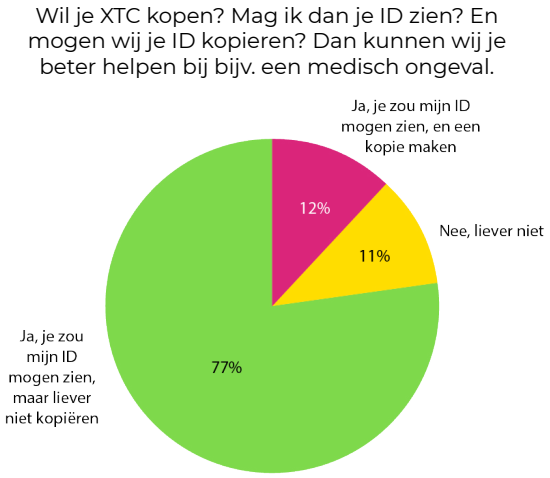


Zodra een leeftijdsgrens is vastgesteld zijn vormen van controle op de handhaving ervan noodzakelijk. Dit kan bijvoorbeeld door ID-controles in te stellen. Op de vraag of bezoekers bereid zouden zijn om hun ID te laten zien voordat ze MDMA kochten in de apotheek reageerde de overgrote meerderheid van de deelnemers (93%) positief (grafiek 11). Echter, net als in de apotheek werd het tonen van de ID in de club om MDMA te kopen door de meesten niet als een probleem beschouwd (grafiek 12). Maar veel minder bezoekers (12%) verklaarden bereid te zijn om in een club of op een festival een kopie van hun identiteitsbewijs te laten maken om hen beter te helpen in geval van een medisch noodgeval.

Grafiek 11: Persoonlijke gegevens delen - ID (N=764)



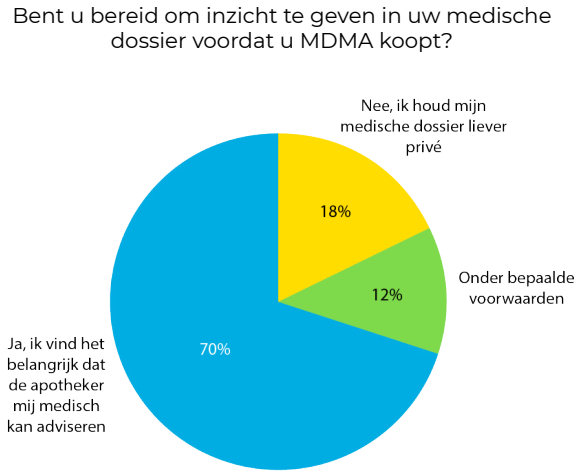
Grafiek 12: Persoonlijke gegevens delen - ID-kopie (N=743)



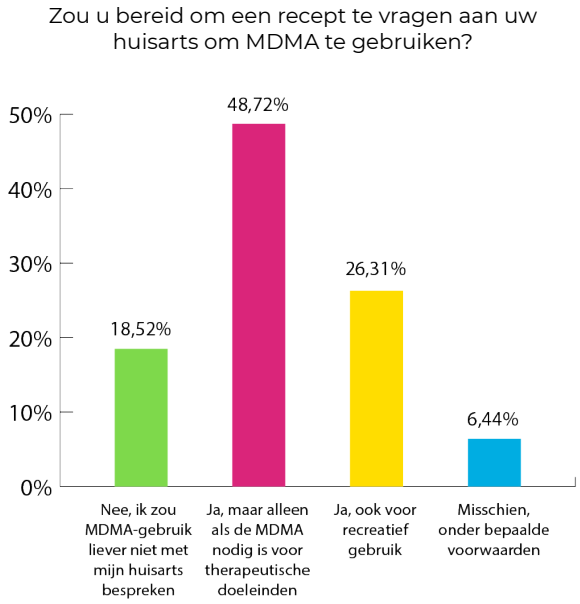
Een andere mogelijke controlemaatregel is screening op mogelijke schadelijke interacties van MDMA met het gebruik van andere middelen. De meeste bezoekers (70%) waren bereid om in de apotheek persoonlijke medische informatie te verstrekken voordat ze MDMA kochten om advies te krijgen over veilig gebruik. 12% was ertoe bereid onder bepaalde voorwaarden, zoals *"als de privacy gewaarborgd is"*; *"de keuze bij de koper liggen of die de medisch dossier wil delen of niet, en dat het geen verplichting is deze te laten zien"*; *"dat er alleen toegang wordt geboden tot de gegevens die een rol kunnen spelen bij combinatie met XTC gebruik"*; en dat *"niet gedeeld wordt met overheid of zorgverzekeraar"*. Achttien procent van de respondenten koos ervoor om hun medisch dossier onder alle omstandigheden privé te houden (grafiek 13).

Deelnemers werd ook gevraagd of ze bereid waren om hun arts om een MDMA-recept te vragen. De meesten van hen (75%) gaven een positiever antwoord, hoewel dit voor bijna de helft (48,72%) alleen een optie zou zijn in geval van therapeutisch gebruik van MDMA. Enkele deelnemers (6,44%) zouden bereid zijn om onder bepaalde voorwaarden om een recept te vragen, zoals *"niet veroordeeld worden door de huisarts vanwege MDMA-gebruik" en "als artsen getraind zijn in het onderwerp, om afwijzing zoals bij medicinale cannabis te voorkomen"* (grafiek 14).

Grafiek 13: Delen van persoonlijke informatie - medische informatie (N=759)

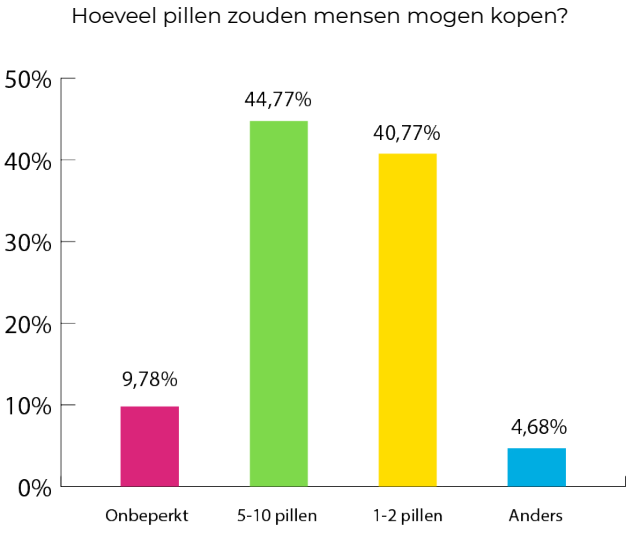


Grafiek 14: Doktersrecept (N=745)



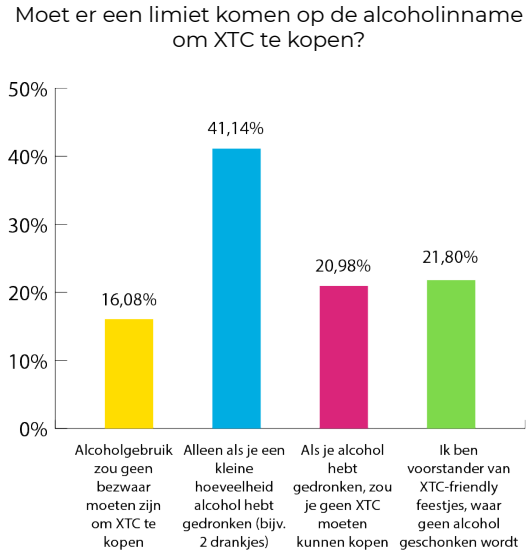
Het definiëren van de aankooplimieten voor MDMA-aankoop is een cruciale stap voor regelgeving. Als de limiet te laag wordt geacht voor persoonlijke consumptie, kunnen mensen hun toevlucht nemen tot de illegale markt. Als het te hoog is, kunnen mensen in de verleiding komen om meer te consumeren of het aan anderen (inclusief minderjarigen) door te verkopen. De meeste deelnemers (44,77%) wilden dat de limiet tussen 5-10 pillen per aankoop ligt. Een iets lager aantal (40,77%) gaf de voorkeur aan een kleiner aantal van 1-2 pillen per aankoop. Andere deelnemers (4,68%) gaven aan dat hun voorkeurslimiet zou afhangen van de dosering van de pil. Slechts 9,78% bepleitte de mogelijkheid van onbeperkte aankoop (grafiek 15).

Grafiek 15: Limieten voor aankoop (N=726)



In het geval dat mensen MDMA zouden kopen én gebruiken dezelfde locatie, zoals in een club of op een festival, zijn andere vormen van regulering mogelijk. In het clubscenario werden deelnemers gevraagd naar regelgeving rondom gelijktijdig gebruik van MDMA en alcohol. De overgrote meerderheid (83,92%) zou graag een beperking zien met betrekking tot alcoholgebruik wanneer MDMA gekocht wordt. Terwijl 41,14% zou willen dat aankoop alleen wordt toegestaan als mensen een lage alcoholinname hebben gehad (ongeveer 2 drankjes), zou 42,78% er de voorkeur aan geven om alleen te kopen als er geen alcohol kon worden geconsumeerd. Het laatste zou ook kunnen op zogenaamde “XTC-vriendelijke” feesten, waar geen alcohol wordt geschonken (grafiek 16). Iets meer dan de helft van de deelnemers (53%) vond dat een blaastest verplicht moet zijn om MDMA te kopen, om impulsieve beslissingen te voorkomen. Een-derde (37,41%) vond dat mensen zelf moeten beslissen of het kopen en gebruiken van MDMA veilig is. Anderen suggereerden *“geen blaastest maar wel een controlevraag die standaard gesteld moet worden door het personeel”*, zeiden *“het personeel heeft daar de tijd niet voor”*, of dat *“MDMA niet in clubs verkocht mag worden”* (grafiek 17). Ten slotte zou meer dan de helft van de deelnemers (54,32%) er de voorkeur aan geven dat mensen hun MDMA van tevoren kopen, om impulsief gebruik meteen na aankoop te voorkomen. De overige 27,98% wilde dat gebruik op de locatie van aankoop wel mogelijk is, aangezien het clubpersoneel dan mensen in de gaten kan houden (grafiek 18).

Grafiek 16: MDMA en alcohol - limiet (N=734)



Grafiek 17: MDMA en alcohol - breathalyzer (N=735)



Grafiek 18: Direct gebruik na aankoop (N= 740)

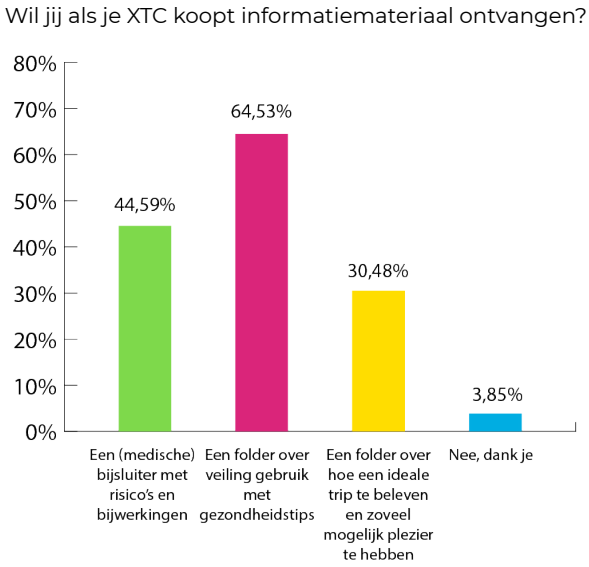


Controle van leveranciers en verkooppunten

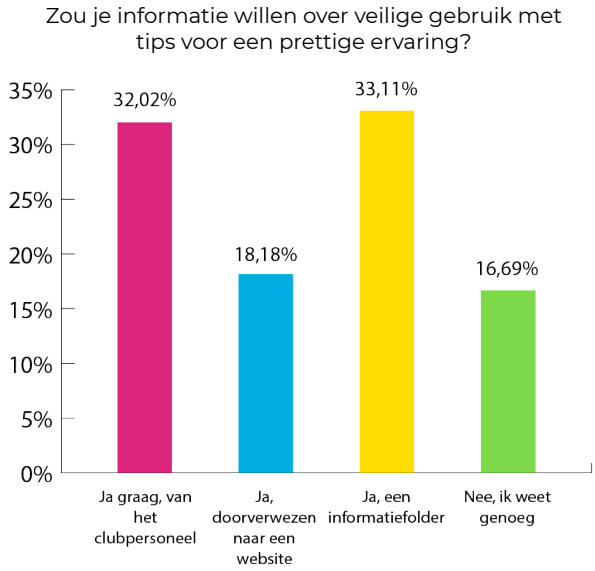
De regulering van MDMA kan vele vormen aannemen, bijvoorbeeld door het verlenen van vergunningen aan verkooppunten waar de stof kan worden gekocht. Hierdoor kunnen lokale vergunningverlenende autoriteiten controles uitvoeren, zoals op verkoopuren, de soorten stoffen die op dezelfde locatie mogen worden verkocht, het soort maatregelen dat de verkoper moet nemen om de veiligheid van de consument te beschermen of de inrichting van de verkooplocatie.

Het verstrekken van evidence-based informatie aan mensen kan helpen om de schade die mensen kunnen ondervinden van gebruik te verminderen. In een apotheek wordt ervan uitgegaan dat het product vergezeld zou gaan van een medische bijsluiter. In de smartshop en de club is de situatie minder duidelijk. Bezoekers van deze laatste twee verkooppunten in de XTC-winkel werd gevraagd of ze informatie wilden ontvangen bij hun MDMA-aankoop. De meerderheid van de deelnemers gaf in beide scenario's een positief antwoord, en in de smartshop wilden meer bezoekers informatie ontvangen (96,15%) in vergelijking met mensen in de club (83,31%) (grafiek 19 en 20). De voorkeur voor informatie in de smartshop (met 64,53%) was een brochure met tips voor veiliger gebruik. In de club waren de deelnemers meestal verdeeld tussen het ontvangen van informatie via een folder (33,11%) of rechtstreeks via clubpersoneel (32,02%).

Grafiek 19: Informatie in smartshop (N= 702)



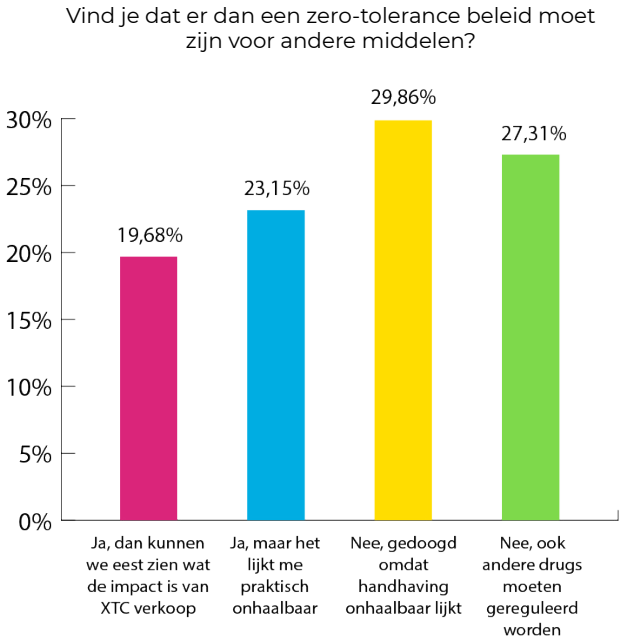
Grafiek 20: Informatie in club (N= 737)



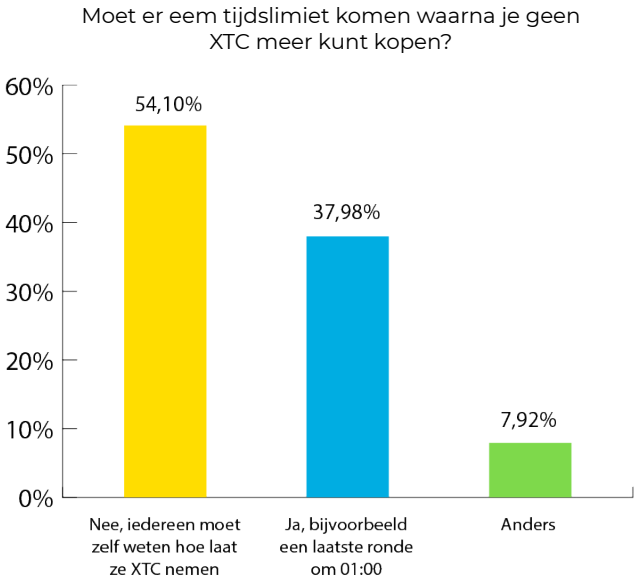
Het beperken van de soorten stoffen die op een locatie kunnen worden verkocht, kan de schade van MDMA-gebruik verminderen. Bezoekers van de clubomgeving werden gevraagd of een club die MDMA verkoopt een zero-tolerantiebeleid moest hebben ten aanzien van het gebruik van andere drugs. De meningen waren hierover verdeeld. Meer dan de helft (57,17%) vond dat het gebruik van andere drugs ook zouden moeten worden toegestaan in een omgeving die MDMA verkoopt, hetzij door het te gedogen vanwege de beperkte mogelijkheden van het personeel tot controle (29,86%), hetzij of door de verkoop van andere middelen ook te reguleren (27,31%). De overige 19,68% van de clubbezoekers vonden zero-tolerance een goed idee bij een pilot van gereguleerde verkoop van MDMA: op die manier kan eerst de impact van de gereguleerde verkoop van MDMA onderzocht worden. De overige 23,15% vond zerotolerantie een goed idee, maar liet wel weten dat zij de handhaving in een club praktisch onhaalbaar vond (grafiek 21).

Deelnemers werd ook gevraagd of een outlet zoals de club een tijdslimiet moest instellen voor een MDMA-aankoop. Meer dan de helft (54,10%) van de respondenten was tegen, terwijl meer dan een-derde (37,98%) de voorkeur geeft aan een limiet zoals een laatste ronde om 1 uur 's nachts (grafiek 22). Andere deelnemers (7,92%) suggereerden dat een limiet *"goed is om mensen tegen zichzelf te beschermen"* is, maar gaven de voorkeur aan *"een ander tijdstip"*, ook *"afhankelijk tot hoe laat het feestje duurt"*. Andere mensen wezen erop dat een tijdslimiet ertoe zou kunnen leiden dat mensen vlak voor de laatste ronde grotere hoeveelheden MDMA kopen, en één persoon stelde een andere vorm van controle voor om dit te voorkomen: *"Dat je je toegangskaartje moet scannen en erna niets meer kan kopen"*.

Grafiek 21: Zero tolerance in de club (N= 432)



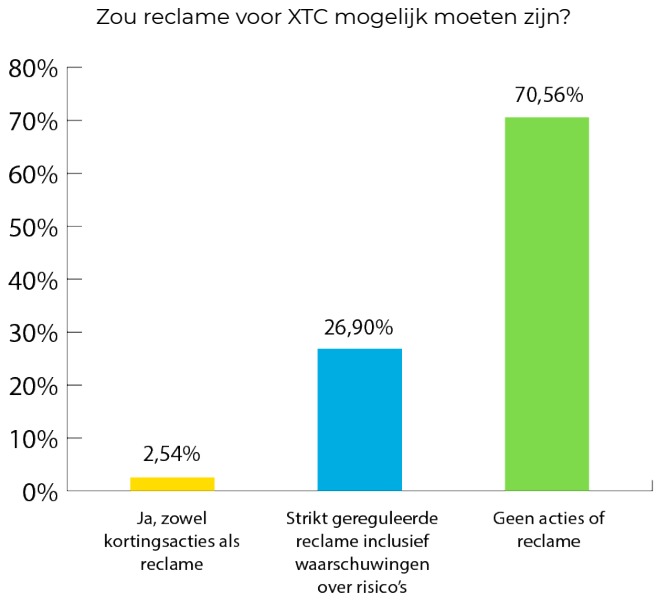
Grafiek 22: Tijdslimiet voor aankoop in de club (N= 732)



Reclame en voorlichting

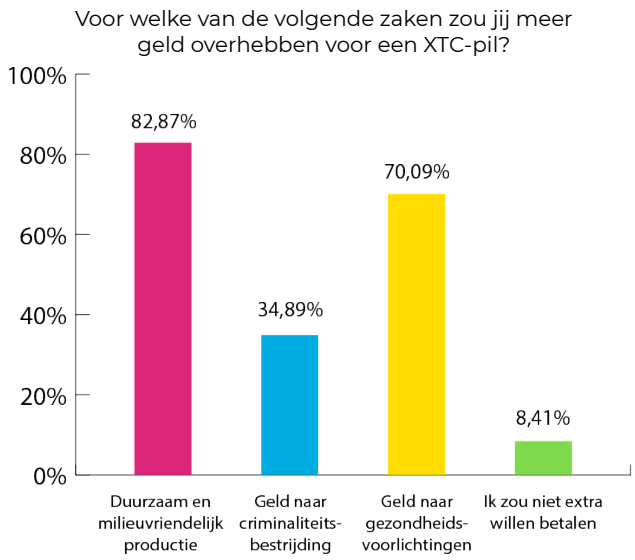
Een fundamentele uitdaging in de regulering van stoffen is het balanceren tussen de vaak tegenstrijdige doelen van commercie en volksgezondheid. De ervaringen met alcohol, tabak en (online) gokken laten zien dat, vooral wanneer er grootschalige bedrijfsentiteiten bij de handel en verkoop betrokken zijn, commerciële aanbieders de neiging zullen hebben om prioriteit te geven aan winstmaximalisatie boven gezondheidsbevordering. Reclame speelt hierin een sterke rol en bezoekers van de XTC-winkel lijken zich bewust te zijn van en zich zorgen te maken over de impact van reclame. De meerderheid (70,56%) zou kiezen voor een verbod op elke vorm van reclame of promotie van MDMA in het geval de verkoop ervan wordt gereguleerd. Ongeveer één op de vier (26,9%) zou reclame alleen overwegen als het strikt gereguleerd is en waarschuwingen bevat over de risico's van gebruik. Slechts een kleine minderheid (2,54%) zou overwegen om advertenties en promoties toe te staan.

Grafiek 24: Reclame (N= 710)



In een gereguleerde MDMA-markt is het mogelijk om (een deel van) de winsten of omzet via belastingen te besteden aan specifieke beleidsdoelen. De meeste deelnemers verklaarden bereid te zijn extra te betalen duurzaam en ecologisch geproduceerde MDMA (82,87%), en om bij te dragen aan drugs- en gezondheidsvoorlichting (70,09%). Ongeveer een-derde (34,89%) zou bereid zijn meer te betalen om bij te dragen aan de bestrijding van criminaliteit (grafiek 25).

Grafiek 25: Prijzen en beleid (N= 321)



Aanvullende reacties per scenario

Aan het einde van het bezoek aan elk verkooppunt werd de deelnemers gevraagd of - met inachtneming van de randvoorwaarden rond verkoop die zij hadden gekozen - het verkooppunt in de toekomst volgens hen zou mogen bestaan. In alle scenario's antwoordden de meeste deelnemers positief, waarbij de apotheek en de smartshops meer positieve antwoorden hadden dan de club (grafiek 23). Deelnemers kregen de kans om hun keuzes in een open antwoordvak toe te lichten.

Degenen die vonden dat de **smartshop** XTC zou mogen verkopen, legden uit dat dit volgens hen een beter inzicht in MDMA-gebruik zou geven en meer opties om de kwaliteit te controleren. Daarnaast zagen zij kansen in de smartshop om veiliger gebruik te stimuleren. Sommigen noemden ook een afname van de schade van illegale productie van MDMA en de daarmee geassocieerde criminaliteit als voordeel van verkoop in de smartshop:

> ***"Je betaalt voor milieuvriendelijke productie en er wordt goed voorgelicht zonder angstzaaierij."***
>
> ***"Het ervoor zorgt dat de substantie zuiver is en dat je tegengaat dat het in het criminele circuit verkocht wordt."***
>
> ***"Mensen het toch zullen gebruiken. ik heb liever dat het niet aangemoedigd zal worden, maar dat het wel veilig is."***

Verschillende deelnemers die tegen de de verkoop in een smartshop waren, vonden de locatie te veel lijken op een snoepwinkel, waardoor de indruk werd gewekt dat drugsgebruik geen risico's met zich meebrengt. De speelsheid van de locatie zou mogelijk de aandacht van kinderen kunnen trekken. Sommigen vermeldden ook dat de kleurige inrichting van de smartshop de verkoop te aantrekkelijk maakte, waarbij de aandacht werd gevestigd op zorgen rond commercie en reclame:

"Het lijkt teveel op een snoepwinkel, terwijl er ook gevaren aan zitten."

"Het imago niet wenselijk is om bv kinderen/tieners al jong lekker te maken voor drugsgebruik."

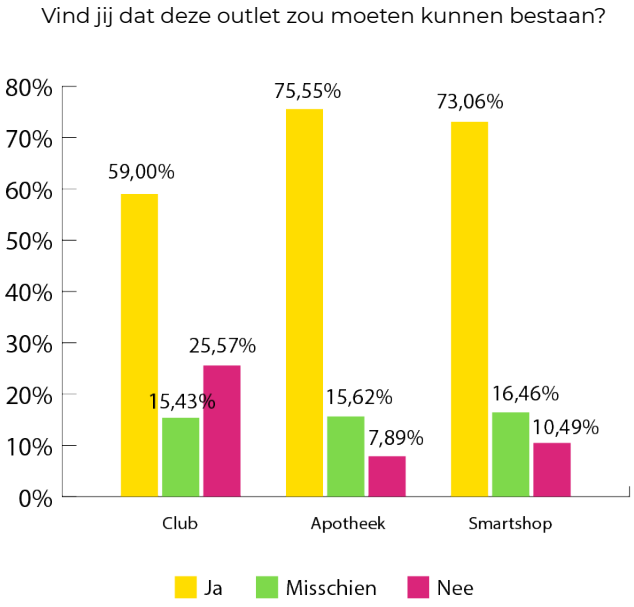
"Commercialisering zet gezondheid niet op de eerste plaats maar winst."

Ten slotte meenden diegenen die zeiden dat de smartshop "misschien" een verkooppunt zou kunnen zijn dat een plek waar MDMA verkocht wordt informatie moet bieden en bewustzijn moet bevorderen, en soberder moet zijn dan de kleurrijke smartshop in de XTC-winkel. Zo'n plek mag volgens hen het gebruik niet stimuleren, vooral niet onder jongere bevolkingsgroepen:

"Het is goed als de markt meer gereguleerd wordt voor veiligere pillen, maar legalisering moet jonge pubers ook niet aansporen jonger met drugs te beginnen."

"It will sell safe pills but it shouldn't be glamourised".

Grafiek 23: Acceptatie van verschillende verkooppunten (N club= 700; N smartshop N=553; N apotheek= 634)



De bezoekers die voorstander waren van verkoop van MDMA in een **apotheek** benadrukten dat dit een meer serieuze omgeving bood in vergelijking met de smartshop. Dit werd door hen als positief beoordeeld, zeker in combinatie met de mogelijkheid om aanvullende en gepersonaliseerde (medische) informatie over risico's te verstrekken. Anderen associeerden de apotheek alleen met het therapeutisch gebruik van MDMA:

"Een apotheker medische kennis van zaken heeft en dit veilig gebruik stimuleert."

"It offers personalised advice to individuals and their medical needs."

"Het voor therapeutisch gebruik de mogelijkheid biedt om goede voorlichting te verstrekken. Voor recreatief gebruik voelt dit voor mij te... 'klinisch'."

Sommige deelnemers die tegen verkoop via een apotheek waren, zeiden dat MDMA in normale apotheken moest worden verkocht en niet in een apotheek die specifiek was voor de stof. Anderen vonden dat recreatieve MDMA niet in een medische omgeving moet worden verkocht. Ten slotte waren sommigen bang dat verkoop in een apotheek (te) hoge drempels zou geven:

"Graag XTC bij de normale apotheek aanbieden, niet een aparte apotheek; dat kan stigma induceren."

"Ik niet snap waarom je drank wel anoniem kunt halen, maar dit zo via de zorg zou moeten."

"Teveel overheidsregulatie en daarmee mogelijke restricties. Beleid verandert ten aanzien van maatschappelijke opinies, en voordat je het weet komt er een XTC-paspoort dat alleen vanwege medische redenen kan worden uitgegeven of komen mensen die bepaalde middelen gebruiken (SSRI, HIV remmers, etc) niet in aanmerking voor aankoop."

Degenen die zeiden dat de apotheek in de toekomst "misschien" MDMA zou mogen verkopen, zeiden dat er meer onderzoek nodig was voordat ze een keuze maakten, dachten dat een apotheek een plek zou zijn om MDMA alleen voor therapeutisch gebruik te verkopen, en of gaven de voorkeur aan een smartshop-scenario vanwege de lagere drempel die het biedt:

"Er eerst nog meer onderzoek gedaan moet worden."

"Niet voor recreatief gebruik, slechts voor therapeutische doeleinden."

"Mij lijkt persoonlijk een shop fijner, hier ga je ook sneller denken dat artsen/personeel je gaan veroordelen."

Met betrekking tot de **club** rechtvaardigden degenen die voorstander waren van de verkoop van MDMA op een dergelijke plek hun keuze door uit te leggen dat dit de omgeving is waar MDMA-gebruik plaatsvindt en dus ook een plek om schade te verminderen:

“Dat de omgeving is waarin je gebruikt.”

“Het is een omgeving met XTC-gebruikers. Iedereen heeft dezelfde vibe dus dat voorkomt botsingen. Daarnaast krijgen mensen een glaasje water tegen uitdroging en uitleg over de effecten van XTC.”

Degenen die tegen de verkoop van MDMA in de club waren, waren bang dat de omgeving niet ideaal zou zijn in termen van preventie of handhaving, en dat de laagdrempelige toegang samen met het gebruik van andere stoffen zou kunnen leiden tot impulsief gebruik. Ze vonden dat MDMA buiten de feestomgeving moet worden verkocht of zagen deze verkooplocatie als de minder geschikte van de drie scenario’s om gereguleerde MDMA verkoop mogelijk te maken:

“We zouden het beter vinden als mensen op voorhand XTC zouden moeten kopen, omdat de keuze dan bewuster is.”

“Weinig kans tot preventie en mix met andere middelen.”

“Dit lijkt mij de minst goede vorm van verkoop.”

Ten slotte benadrukten degenen die zeiden dat de club die MDMA verkoopt in de toekomst “misschien” open zou mogen zijn, de noodzaak van strengere regels om overconsumptie te voorkomen, inclusief controle of verbod op alcoholgebruik. Zij benadrukten echter ook de moeilijkheden om die regels te handhaven:

“Alleen onder strenge regels. Je wilt voorkomen dat men impulsief besluit te gebruiken.”

“Deze vind ik iets lastiger, daar de drempel door bijv. alcohol wel érg laag kan komen te liggen. Speciale ‘XTC-friendly’ feesten zouden wel uitkomst bieden.”

“Ik denk dat het een goed idee is om XTC te legaliseren. Voor mij is dit hetzelfde concept als een biertje bestellen in de kroeg. Echter denk ik wel dat er uiteindelijk veel verantwoordelijkheid bij de club en haar personeel komt te liggen. Daarom vraag ik mij af of dit haalbaar is.”



Focusgroepdiscussies

In hoeverre vallen de resultaten van het onderzoek onder de bezoekers van de XTC-winkel samen met de gedachtenvorming onder experts[13]? Om dit te onderzoeken organiseerden we twee focusgroepdiscussies. Waar we in het bijzonder in geïnteresseerd waren was of de gedachtenvorming onder experts een draagvlak had onder jonge XTC-gebruikers, zoals die vertegenwoordigd waren in de bezoekers van de XTC-winkel. Sommige experts hadden zich immers al publiekelijk uitgesproken ten gunste van de regulering van MDMA voor recreationeel gebruik. Andere experts daarentegen waren sceptisch en meer terughoudend.

Dat laatste bleek al meteen uit de organisatie van de focusgroepen zelf. Het is blijkbaar een grote stap voor veel experts om zich uit te laten over een controversieel politiek onderwerp zoals de regulering van XTC. Expliciet werd door een van de deelnemers uitgesproken dat zij bang was in een bepaald kamp te worden ingedeeld, ondanks het feit dat ze een genuanceerd standpunt innam en niet uitgesproken voor of tegen was. We benadrukten dan ook tegenover de experts dat de gedachtenvorming in de focusgroepen niet de bedoeling had een bepaald politiek standpunt te ondersteunen, maar integendeel, dat we juist de verschillende kanten van de controverse wilden exploreren; dat er ook geen ‘conclusies’ zouden worden getrokken in de zin van ‘experts ondersteunen dit of dat beleid’; en dat de deelname aan de focusgroepen anoniem zou worden gehouden. Niettemin bleek het niet gemakkelijk deelnemers te werven. Een derde focusgroep, over de juridische en criminele aspecten van de MDMA-markt, waarvoor we met name mensen uit de kringen van politie en justitie vroegen moest daarom helemaal worden afgezegd.

Twee focusgroepen bleven over: de eerste voor academische en onafhankelijke drugsonderzoekers, de tweede voor beroepsbeoefenaren uit de preventie en gezondheidszorg. Aan de eerste groep namen vijf experts mee: een minimale omvang en een van de aanwezigen was niet zozeer drugsonderzoeker als wel strafrechtspecialist. Drie ervan hadden eerder deel uitgemaakt van een denktank die aanbevelingen had geformuleerd voor de regulering van MDMA. Dit bleek dan ook een zeer homogene groep wat betreft de opvattingen: drie hadden alles al bedacht en de andere twee waren het zeker niet met ze oneens.

[13] Hiermee bedoelen we ervaren beroepsbeoefenaren en wetenschappers die zich beroepsmatig bezighouden met de drugsmarkten, de gezondheidseffecten van MDMA, en/of wettelijke en juridische aspecten inclusief de zogenaamde “strijd tegen de georganiseerde misdaad”.

In het algemeen waren de deelnemers van deze groep voor een vierde scenario dat niet in de XTC-winkel was gepresenteerd: een soort sobere staatswinkel waarin mensen beperkt en met het toedienen van heel veel informatie mochten kopen en laten bezorgen. Het achterliggende idee hier was dat verkoop weliswaar legaal zou moeten zijn, maar de omstandigheden waaronder zo onaantrekkelijk mogelijk om aanschaf te ontmoedigen. Deze experts waren dus minder gecharmeerd van de favoriete outlets van de bezoekers, namelijk de apotheek en de smartshop. Verkoop op clubs/evenementen sloten ze daarentegen niet uit, om de zwarte markt te ontmoedigen. Ze waren ook niet bang te bevoogdend te zijn en bepleitten een nationale gezondheidscampagne. Verder suggereerden ze nog een try-out in de zin van de voorgenomen lokale cannabisexperimenten. Op een aantal punten overlapten hun ideeën met die van de bezoekers van de XTC-winkel: ze wilden pillen in neutrale verpakking met relatief lage dosis (bijvoorbeeld van 60, 80 en 100 mg), een leeftijdslimiet van 18 jaar, en geen of hele beperkte reclame.

De tweede focusgroep bracht vier experts werkzaam in de preventie- en gezondheidszorg samen: drie ervan actieve beroepsbeoefenaren bij verschillende preventie- en voorlichtingsinstellingen, en een gepensioneerde arts uit de verslavingszorg. De laatste (nr. 4) bleek in zijn meningen enigszins af te wijken van de drie eersten. Zo verwierpen de eerste drie het smartshopscenario, omdat zij zich tegen commerciële XTC-verkoop keerden: een commerciële verkoper wil immers zijn afzet vergroten, en dat moet niet de bedoeling zijn. Nr. 4 wees daarentegen op het eveneens commerciële coffeeshopmodel waarmee we in zijn ogen goede ervaringen hebben. Een apotheekscenario werd door nrs. 1-3 al positiever beoordeeld, al wees nr. 4 erop dat het een beetje vreemd is om in een apotheek pillen voor niet-medische doeleinden te verkopen. Het clubscenario werd ook negatief beoordeeld: een XTC-booth op een party werd nog overwogen, maar er zou toch enige tijd tussen aanschaf en consumptie moeten zitten om impulsief gebruik te voorkomen. Het belangrijkste criterium was echter, aldus een van de deelnemers: *'wat we willen is dat niet iedereen zomaar 2 pillen kan pakken en afrekenen...'* Er moeten volgens deze groep daarom drempels voor verkoop zijn: het liefst een leeftijdsgrens van 21 jaar (of zelfs 25 jaar), hoewel handhaving daarvan moeilijk zou zijn; pillen met lage dosering van 60 mg; de pillen iets duurder tot twee keer zo duur als vergelijkbare zwarte markt-pillen; de pillen geproduceerd door een 'staatslab' (bij dit laatste had nr. 4 weer een afwijkende mening: *'beetje vreemd voor de staat om MDMA te gaan maken.*





‘CLUB/FESTIVAL SCENARIO’

Farmaceutische industrie kan dit gewoon. Misschien wil de industrie niet produceren door a) slecht imago en b) geen geld te verdienen (…) Maar controle kan gewoon door Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit.’ De consensus in groep II lag uiteindelijk dicht bij groep I: drugs alleen verkopen in gespecialiseerde winkels (soort XTC-shop); producten niet in zicht in de winkel; sobere inrichting; schoon; licht; wit; veel informatie; geen harde muziek; geen bezorging ; geen verkoop in parties/clubs; en goede voorlichtingscampagnes (die ook al bestaan voor scholen).

De meningen van de experts staan staat dus enigszins haaks op de wensen van de bezoekers, waaronder verkoop in een partysetting weliswaar de minst favoriete optie was, maar toch nog door zestig procent werd gesteund (hoewel ook door 25% afgewezen). De vraag is hiermee hoe een beperking van legale retail van XTC tot een staatswinkel naar Scandinavisch model (onder strikte staatslicentie, met hoge prijzen/belasting en hoge drempels voor verkoop) gehandhaafd zou kunnen worden.

Observaties en gesprekken met bezoekers

Bezoekersdialogen

Zoals eerder vermeld werden er op de locatie van de XTC-winkel met regelmaat observaties gedaan en exitgesprekken gehouden door het ‘personeel’ van de XTC-winkel. Dit was met name bijzonder informatief bij bezoekers die de tour samen met anderen deden en met elkaar overlegden over hun antwoorden.

Wat met name opviel was dat bezoekers bijzonder goed in staat waren om complexe afwegingen te maken en dat zij daarbij vaak niet alleen zichzelf als uitgangspunt namen maar juist ook kwetsbare mensen meenamen in hun beslissingen. Waar veel bezoekers goed op de hoogte waren over de voor- en nadelen van het gebruik van XTC, kwam het gesprek vaak op de noodzaak om kwetsbare mensen te beschermen en daarbij dus drempels op te werpen op de verkoop. Hierbij werd veel gesproken over jonge (minderjarige) mensen en mensen met psychische kwetsbaarheden. Bezoekers waren begaan met gezondheid en ‘safe use’ of ‘responsible use’ en gaven veelvuldig aan dat zij een groot verschil zien tussen MDMA en middelen zoals cocaïne (waarbij cocaïne als vele malen risicovoller werd gewaardeerd).

Een aanzienlijk aantal bezoekers gaf aan een moreel dilemma te ervaren rond het eigen (huidige) gebruik en het besef bij te dragen aan een crimineel systeem. Hierbij werd overigens ook door een aantal vrouwen genoemd dat zij risico’s ervaarden tijdens het maken van een ‘deal’ waarbij zij bijvoorbeeld in een auto stapten van een onbekende man om pillen te kopen. Vanuit deze redenaties vonden mensen het (beter/anders) reguleren van XTC bijzonder welkom.

Tegelijkertijd gaf een ander deel van de bezoekers aan dat de criminele aanvoerlijn van XTC juist zeer ver van hen afstond. Velen hadden hier nog niet over nagedacht. De XTC-winkel droeg in die zin ook bij aan de bewustwording rond de aanbodkant van de huidige XTC-handel. Enkele bezoekers gaven aan dat zij geen urgente noodzaak zagen voor de regulering van XTC, omdat zij gemakkelijk aan hun pillen konden komen en niet het gevoel hadden dat zij iemand kwaad deden met hun gebruik. De handeling om XTC te verkrijgen is momenteel dermate laagdrempelig, dat sommige bezoekers nauwelijks bewust waren van de ‘illegaliteit’ van hun handelen. Wat voor deze groep met name een eyeopener bleek te zijn was de milieuschade die samengaat met de illegale XTC-productie. Dit is voor de - overwegend jonge doelgroep - een belangrijk thema en uiteindelijk een belangrijke factor in de afwegingen over de regulering van XTC.

In een exitgesprek met bezoekers vroeg het personeel systematisch naar het voorkeursscenario van bezoekers. Hierbij gaf het overgrote merendeel van de bezoekers aan dat zij op een verkooppunt uit zouden komen dat ergens tussen de smartshop en de apotheek uit zou komen. Marketing werd door vrijwel iedereen als onwenselijk gezien, maar te hoge drempels vonden bezoekers ook niet goed. Een aantal bezoekers waren positief over een ‘coffeeshop-loket’: sommige coffeeshops hebben sinds het rookverbod gekozen voor een pure verkoopfunctie (zonder gebruik op locatie), waarbij de verkoper een voorlichtende rol op zich kan nemen.

CONCLUSIES

Binnen dit onderzoek stond de vraag centraal: *onder welke voorwaarden vinden bezoekers van de XTC-winkel en drugsdeskundigen gereguleerde verkoop van XTC acceptabel in onze maatschappij?* Met het 'ervaringsgerichte' publieksonderzoek 'de XTC-winkel' evalueerden de onderzoekers de maatschappelijke reacties en commentaren op de drie scenario's van gereguleerde verkoop van MDMA.

Het XTC-winkelproject was een pilotproject waaruit geen definitieve conclusies kunnen worden getrokken. Het leverde echter wel een aantal resultaten op die indicaties geven voor de ontwikkeling van de maatschappelijke discussie rond de regulering van MDMA, en voor verder onderzoek om deze discussie te onderbouwen met een meer solide evidence-base.

Een eerste belangrijke conclusie is dat noch de bezoekers van de XTC-winkel, noch de deelnemers aan de focusgroepen onder 'legalisatie' of 'regulering' het volledig vrijgeven van de verkoop van MDMA verstaan. Beide groepen zijn voor restricties op die verkoop. Restricties die in feite de beschikbaarheid van MDMA zouden verminderen: immers, in de praktijk is op de huidige illegale markt MDMA gemakkelijk verkrijgbaar voor elke potentiële gebruiker.

Een tweede conclusie is echter dat er wel degelijk verschillen in de aanbevelingen voor en de acceptatie van de verschillende verkoopscenario's waren tussen de beide groepen (bezoekers en drugsdeskundigen). Dit ligt deels aan een interessante discrepantie in de opvattingen van de experts. Zowel de academische experts als de onderzoekers uit de praktijk van preventie- en gezondheidszorg konden zich namelijk enerzijds wel vinden in de regulering van de verkoop van MDMA, maar anderzijds vonden ze dat dat op zo'n manier moet dat het eigenlijke gebruik ontmoedigt wordt en de verkoop zo klein mogelijk wordt gehouden. Vandaar dat de experts in de focusgroepen zich bijna algemeen konden vinden in het idee van een vierde scenario met een gespecialiseerde maar onaantrekkelijke retail outlet met door de overheid geproduceerde MDMA.

De bezoekers van de XTC-winkel waren voor een belangrijk deel zelf gebruikers, en in meerderheid voor of verkoop door de apotheek, of door een smartshop. Maar ook verkoop op feesten en clubs kon nog op acceptatie door tegen de zestig procent van de bezoekers rekenen. Hoewel we het vierde scenario niet aan hen hebben voorgelegd kwam tijdens exitgesprekken met bezoekers vaak een voorkeur naar voren voor een verkooppunt dat 'ergens tussen de smartshop en de apotheek' inzat. Nader onderzoek naar de draagkracht van het door de drugsdeskundigen voorgedragen vierde scenario onder de daadwerkelijke kopers is gewenst. Een te hoge drempel zou het voortbestaan van een aanzienlijke illegale markt als een logisch gevolg hebben.

Een derde conclusie is dat de bezoekers van de XTC-winkel maatregelen voor restricties op verkoop duidelijk toejuichten. Zo waren ze voor een minimumleeftijdsgrens, voor het verzekeren van de veiligheid en het beperken van de maximale doses in pillen, en voor maatregelen om marketing en reclame tegen te gaan. Ook de gebruikers bleken hun verantwoordelijkheid te willen nemen om het gebruik van MDMA zo veilig mogelijk te houden. Noch bezoekers noch deskundigen zijn voorstander van een volledige vrije markt waarin geen regels worden gesteld. De mate van acceptatie voor gereguleerde verkoop onder strikte voorwaarden lijkt, op basis van onze bevindingen, onder deze groepen aanzienlijk.

Reflectie op secundaire doelstellingen van de XTC-winkel

Naast de centrale onderzoeksvraag had de XTC-winkel een drietal aanvullende doelstellingen. Via de XTC-winkel wilden we een maatschappelijke en politieke dialoog genereren. Daarbij wilden we door de inzet van kunst het gesprek rond reguleren de-polariseren en bezoekers en politici concrete toekomstscenario's voor te leggen. Hiernaast wilden we met de XTC-winkel de bewustwording onder het algemeen publiek over de Nederlandse MDMA-problematiek en mogelijke oplossingsrichtingen verbreden. Ten slotte bood de XTC-winkel een kans om op een creatieve manier voorlichting te bieden over MDMA en de risico's voor de gebruiker.

Maatschappelijke dialoog

De XTC-winkel is er goed in geslaagd om een nieuwe dimensie in het maatschappelijk debat rond de regulering van XTC te bewerkstelligen. Het gesprek in de XTC-winkel was productief, volwassen en diepgaand, en polarisatie in gesprekken kon worden voorkomen. Het 'ervaringsgerichte' publieksonderzoek slaagde er hiernaast in positieve media-aandacht te genereren tot en met een publicatie in *The Guardian*[14] aan toe.

Naast de reguliere bezoekers van de XTC-winkel werden ook groepen - deels op uitnodiging - ontvangen. Het ging hier om groepen lokale politici (uit Utrecht en Amsterdam), nationale politici (waaronder Minister Kuipers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport), ambtenaren en beleidsmakers, groepen (internationale) studenten en scholieren. Bij de ontvangst van deze groepen viel een tweetal zaken met name op.

Door het gesprek op locatie weg te halen van een debat tussen voor- en tegenstanders van regulering, slaagde het publieksexperiment er bijzonder goed in om mensen door te laten denken over scenario's voor een toekomst waar deze beslissing al gemaakt was. Onder alle scenario's lag de aanname dat de productie van MDMA onder staatscontrole was gebracht ofwel via gecertificeerde en gecontroleerde bedrijven gebeurde. Dit maakte dat bezoekers gefocust konden denken over de uitwerking van het beleid na deze politieke beslissing. Het gesprek op locatie was daardoor buitengewoon genuanceerd en productief. Ook felle tegenstanders van regulering waren bereid om mee te denken in dit gedachtenexperiment en zij gaven aan tot nieuwe inzichten te zijn gekomen. De inzet van kunst en immersief design lijkt dus een belangrijke rol te kunnen spelen in het doorbreken van een impasse in het debat over een complex thema als het reguleren van drugs.

Een tweede belangrijke bevinding tijdens de groepsgesprekken was de realisatie dat 'regulering' iets heel anders is dan het 'vrijgeven aan de vrije markt'. De vele keuzes die gemaakt kunnen worden na de legalisering van een middel als XTC was een eyeopener voor een groot aantal bezoekers/groepen. De XTC-winkel liet zien welke knoppen er ingedrukt kunnen worden na legalisering en de mate van controle over processen die daarmee verkregen zou worden - processen en keuzes die nu overgelaten worden aan mensen werkzaam in het illegale circuit. Reguleren wordt kennelijk vaak gezien als een radicale daad waarbij controle losgelaten wordt. Dit in tegenstelling tot de opzet van de XTC winkel, waar beleidsmakers en politici invloed zouden hebben op een groot aantal verkoopcondities. Deze nieuwe kijk op 'regulering' was een steeds terugkomend thema tijdens de groepsbezoeken.

[14] https://www.theguardian.com/world/2022/aug/18/high-street-dutch-ecstasy-shop-shows-possible-way-for-drug-reform-xtc

Voorlichtende functie en het genereren van bewustwording

Op locatie is geen voor en na-test gedaan om te onderzoeken in welke mate mensen kennis opdeden tijdens een bezoek aan de XTC-winkel. Het feit dat vrijwel iedereen gezamenlijk de tour doorliep leidde echter tot bijzonder interessante gesprekken tussen bezoekers. Deze gesprekken centreerden rond kennisuitwisseling of het delen van persoonlijke ervaringen, maar focusten ook regelmatig op reflecties rond beleid en de gevoelde noodzaak om kwetsbare mensen in de maatschappij (beter) te beschermen tegen de risico's van druggebruik. Daarbij zagen bezoekers een grote meerwaarde in gereguleerde verkoop: niet alleen kan goede voorlichting gegeven worden, deze voorlichting kan ook op maat gemaakt worden.

Op basis van de ervaringen in het exploiteren van de XTC-winkel kan gesteld worden dat de secundaire doelstellingen ruimschoots behaald zijn. In een vervolg op de XTC-winkel zou het interessant zijn om de mate waarin mensen zich bewuster worden van risico's rond gebruik en de problemen rond productie en (illegale) verkoop door een bezoek aan de XTC-winkel meetbaar te maken.



'MINISTER ERNST KUIPERS (VWS) EN DE UTRECHTSE WETHOUDER EELCO EERENBERG BEZOEKEN DE XTC-WINKEL'

AANBEVELINGEN VOOR VERVOLGONDERZOEK

Ondanks de beperkingen in de onderzoeksopzet in Utrecht geeft de XTC-winkel buitengewoon boeiende inzichten. Op basis van de bevindingen binnen dit publieksonderzoek zijn er een aantal interessante thema's geïdentificeerd voor vervolgonderzoek.

Een eerste zijn de beleidskeuzes rond de gereguleerde productie van MDMA. Ook hier is een scala aan scenario's te bedenken: van productie onder volledige staatscontrole tot een systeem van certificering of monitoring. Binnen de huidige onderzoeksopzet hebben we hiernaast niet nauwkeurig kunnen kijken naar de impact die regulering zou hebben op criminaliteit en de zwarte markt. De experts die wij spraken in onze focusgroepen gaven nu aan dat de impact van regulering - mits dit niet in een bredere internationale context gebeurt - laag zal zijn.

Ten tweede kan de opzet van het huidige experiment aangescherpt worden. Een belangrijke toevoeging zou het genoemde 'vierde' scenario zijn. Daarbij is een vergelijking tussen de percepties van consumenten/bezoekers en die van deskundigen interessant om te onderzoeken hoe laag of hoog de drempel voor aanschaf van MDMA zou moeten zijn om te voorkomen dat gebruikers hun middel op de illegale markt blijven kopen.

Voor een volgende editie van de XTC-winkel zouden we een meer divers publiek naar de winkel willen laten komen, waaronder een grote groep 'nooit-gebruikers'. In de survey kunnen we naar meer onderscheidende socio-demografische categorieën vragen, zoals woonplaats en land, iemands positie in het politieke spectrum, ideeën over druggebruik en mate van ervaring met drugs. Ook zouden we meer mogelijkheid kunnen geven tot open antwoorden, zouden we de volgorde van het bezoek aan de verschillende scenario's kunnen laten rouleren, bezoekers allemaal individueel de vragen kunnen laten beantwoorden, en kunnen vragen of mensen verwachten dat zij meer MDMA zouden gaan gebruiken – iets wat een grote zorg is onder deskundigen – als MDMA gereguleerd zou worden.

In een vervolgstudie zou het daarnaast interessant zijn om te meten in hoeverre een kunstinstallatie als de XTC-winkel ingezet kan worden voor voorlichting en bewustwording.

