

8-STAPPENPLAN VOOR VERBETEREN VAN DE NALEVING DOOR HOTSPOTS

16 JULI 2020

8-STAPPENPLAN VOOR HET VERBETEREN VAN DE NALEVING DOOR HOTSPOTS

PLATFORM
**NUCHTERE
FRISLÂN**

WAAROM DEZE AANPAK?

Gemeenten zijn sinds 2013 de belangrijkste uitvoerende partij van de Drank- en Horecawet (hierna DHW). Zij zijn de regisseur van het lokale alcoholbeleid. In het merendeel van de Nederlandse gemeenten is de leeftijdsgrens voor alcohol een belangrijk speerpunt van het lokale preventie- en handhavingsbeleid. Dat met het nodige succes! Onderzoek laat namelijk zien dat Nederlandse jongeren op steeds latere leeftijd beginnen met drinken. Als jongeren eenmaal drinken, dan drinken ze echter onverminderd veel. Echter, maar een derde van de hotspots (populaire plaatsen onder jongeren waar zij zeer waarschijnlijk alcohol willen kopen) houdt zich aan de leeftijdsgrens.

NATIONAAL PREVENTIEAKKOORD

In het Nationaal Preventieakkoord is specifiek aandacht voor de aanpak van problematisch alcoholgebruik. Jongeren en jongvolwassenen zijn een risicogroep: overmatig-, zwaar- en bingedrinken komt met name veelvuldig voor binnen deze groep. Er zijn de laatste jaren steeds meer aanwijzingen dat (zwaar) alcoholgebruik op jonge leeftijd negatieve gevolgen kan hebben, waaronder een grotere kans op verslaving. Het drinken van grote hoeveelheden alcoholhoudende drank kan bovendien leiden tot gezondheidsproblemen, zoals alcoholintoxicaties, schade aan de hersenen en lever en meerdere vormen van kanker. Het Nationaal Preventieakkoord is voor provincie Fryslân vertaald in een Friese Preventieaanpak (FPA). Deze Friese beweging heeft de ambitie: een goede gezondheid en welzijn met gelijke kansen voor iedereen in Fryslân. Binnen deze aanpak werken alle Friese gemeenten, GGD Fryslân en organisaties samen op het gebied van preventie. Nuchtere Fries is hier ook een belangrijk onderdeel van. Nuchtere Fries heeft alcoholmatiging als doelstelling om problematisch alcoholgebruik aan te pakken.

PLATFORM
**NUCHTERE
FRISLÂN**



Friese
Preventie
Aanpak

WAAR RICHT DEZE AANPAK ZICH OP?

Dit stappenplan helpt gemeenten gerichte stappen te zetten om de naleving van de leeftijdsgrens bij het schenken van alcohol te verbeteren. Het stappenplan moet bijdragen aan het agenderen van het onderwerp naleving, het ontwikkelen van een lokale aanpak en het borgen van deze aanpak.

LEESWIJZER

Dit document is opgesteld als naslagwerk voor gemeentelijke beleidsmedewerkers en adviseurs van GGD Fryslân. Het doel van dit document is om de naleving van de leeftijdsgrens bij het schenken van alcohol verder te verbeteren. Het document bevat acht stappen en per stap wordt beschreven welke acties nodig zijn. De rol van de gemeentelijke beleidsmedewerker is het regisseren van de alcoholpreventie. De rol van de GGD-beleidsadviseur is agendasetter, sparringpartner en kennisdeler.

INHOUD

1. CREËER GEZAMENLIJKE URGENTIE	4
Agendeer naleving leeftijdsgrens bij de gemeente	4
Cijfers	4
Wetgeving	5
Combineer gezondheidsrisico's met incidenten uit lokale media	5
Kosten voor de samenleving	5
2. ZET IN OP INTEGRALE SAMENWERKING	6
Wijs een eigenaar aan	6
Zet in op een integrale samenwerking	6
3. BEPAAL STRATEGIE EN BIJBEHORENDE INITIATIEVEN	7
Focus je capaciteit	7
Betrek hotspots	7
Bied handelingsperspectief	7
Handhaaf streng doch rechtvaardig	7
4. BETREK FREQUENT JE BETROKKENEN	8
Creëer een noodzaak voor hotspots om de naleving te moeten verbeteren	8
Bepaal samen met de hotspots wat de gewenste vorm van onderling communiceren is	8
5. NEEM BARRIÈRES WEG	9
6. BEHAAL KORTE TERMIJN RESULTATEN	10
7. COMMUNICEER DE SUCCESSEN	11
8. BORG DE VERANDERING	12
Borg de uitgevoerde acties in beleid	12
Houd de controledruk hoog	12
BIJLAGEN	13
Bijlage 1: NIX18 in Utrecht: Verhogen naleving leeftijdsgrens	13
Bijlage 2: Preventieve mogelijkheden voor hotspots	14

1. CREËER GEZAMENLIJKE URGENTIE

AGENDEER NALEIVING LEEFTIJDGRENSEN BIJ DE GEMEENTE

De eerste stap (agendasetting) is bedoeld om iedereen, zowel bestuurlijk als ambtelijk (multidisciplinair), op één lijn te krijgen. Een goed onderbouwde probleemanalyse, tezamen met verhalen uit de praktijk, zijn hiervoor een geschikt middel. Samen met de GGD-beleidsadviseur agendeer je het onderwerp 'Verbeteren van naleving op hotspots' met de beleidsmedewerkers die Volksgezondheid, Jeugd, Sport, Welzijn, Onderwijs, Bedrijfscontacten en Openbare Orde & Veiligheid in hun portefeuille hebben.

De steun van het college van B & W en de gemeenteraad is belangrijk om middelen te krijgen voor de uitvoering van de aanpak. Neem hen vanaf het begin mee in het proces. Zij kunnen, naast het mogelijk maken van middelen, wellicht ook een bijdrage leveren aan de probleemanalyse. Daarnaast kunnen zij in een later stadium, bij bijvoorbeeld publiekscampagnes c.q. media-aandacht, een belangrijke rol vervullen in de communicatie naar buiten toe. Tot slot zijn ze van groot belang voor een optimale borging van de aanpak in het toekomstig beleid.

Aangrijpingspunten voor jouw analyse en argumentatie voor het agenderen kunnen zijn:

- Cijfers
- Wetgeving
- Berichtgeving (uit lokale media)
- Kosten

CIJFERS

Landelijke en lokale cijfers kunnen inzicht geven in de omvang, ernst en locatie van een probleem. Het [Hotspotnalevingsonderzoek uit 2019](#) biedt een prioriteringstabel voor jouw gemeente. In deze tabel wordt objectieve naleving gecombineerd met variabelen als plekken waar jongeren het vaakst alcohol halen en plekken waar jongeren het grootste volume aan alcohol drinken. Dit resulteert in een advies op welke hotspots je het meest efficiënt en effectief preventieve en handhavingssacties kunt uitvoeren.

Bekijk via de [Gezondheidsmonitor](#) van GGD Fryslân het percentage drinkers en hoeveel overmatig drinkt. Dit kun je zowel voor 12 tot 18-jarigen inzien als voor de 19+'ers. De gebiedscijfers kunnen ook een indicatie geven waar de risicodoelgroep zich bevindt, zodat op basis daarvan ook prioriteiten kunnen worden gesteld.

Objectieve Ranking		Subjectieve Ranking		Volume		Prioriteit		
Hotspots nalevingsonderzoek 2019		Waar proberen jongeren het vaakst alcohol te kopen?		Waar proberen jongeren de grootste hoeveelheid alcohol te kopen?				
1	Cafetaria's	1.1	Evenementen	2.2	Evenementen	2.3	Evenementen	5.7
2	Jongerecentra	1.3	Horeca	3.2	Horeca	3.6	Cafetaria's	7.8
3	Evenementen	1.7	Cafetaria's	3.5	Supermarkten	3.7	Jongerecentra	16.2
4	Sportverenigingen	2.0	Sportverenigingen	3.8	Cafetaria's	3.9	Sportverenigingen	16.3
5	Horeca	2.7	Jongerecentra	4.7	Sportverenigingen	4.3	Horeca	18.4
6	Supermarkten	5.0	Supermarkten	4.8	Jongerecentra	4.9	Supermarkten	42.7
7	Slijterijen	5.2	Slijterijen	5.7	Slijterijen	5.1	Slijterijen	55.7

Prioriteringstabel

WETGEVING

Diverse wetten legitimeren gemeenten om actie te ondernemen op preventief alcoholbeleid. Gemeenten zijn vanuit de Wet publieke gezondheid (Wpg) verantwoordelijk voor onder meer het lokale gezondheidsbeleid, de jeugdgezondheidszorg en de gezondheidsbevordering. In de Wet maatschappelijke ondersteuning 2015 (Wmo) en de Jeugdwet (Jw) zijn taken vastgelegd die raakvlakken hebben met alcoholbeleid: voorkomen van problemen, tijdig signaleren van problemen en vroegtijdige inzet van zorg en hulp om zwaardere vormen van maatschappelijke ondersteuning of jeugdhulp te voorkomen.

Daarnaast vormt de Drank- en Horecawet (DHW) een belangrijk wettelijk kader voor preventief lokaal alcoholbeleid. De DHW is ondergebracht bij het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en is derhalve primair een volksgezondheidswet. De DHW heeft als doel om schadelijke gevolgen van alcoholmisbruik tegen te gaan en alcoholgerelateerde overlast terug te dringen. Een aantal belangrijke lokale taken is in de DHW vastgelegd:

- Vergunningverlening om te regelen wie alcoholhoudende dranken mag verkopen en waar verkocht mag worden.
- Toezicht op de naleving van de DHW. Belangrijk onderdeel van het toezicht is de inspectie op de naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van alcohol.
- Het schrijven van een preventie- en handavingsplan over alcoholverstrekking, met een focus op het voorkomen van alcoholgebruik onder jongeren. Daarnaast vindt er vierjaarlijks een evaluatie plaats.

Andere wettelijke kaders die relevant zijn voor alcoholverkoop- en gebruik zijn het Wetboek van Strafrecht, de Mediawet 2008 en de Wegenverkeerswet 1994 met bepalingen over openbare dronkenschap, alcoholreclame en het rijden onder invloed.

COMBINEER GEZONDHEIDSRISICO'S MET INCIDENTEN UIT LOKALE MEDIA

We weten steeds meer over de risico's van alcoholgebruik. Op basis daarvan heeft de Gezondheidsraad in 2015 de alcoholrichtlijn aangepast. Voor jongeren is alcohol-, maar ook drugsgebruik schadelijker en risicovoller dan voor volwassenen. Zo kan alcohol- en drugsgebruik leiden tot schoolverzuim, -uitval, verminderde school-, studie- en werkprestaties, een verhoogd risico op verslavingsproblemen op latere leeftijd en een tal van aandoeningen en gezondheidsproblemen. Ook doen ze eerder dingen die ze zonder alcohol niet zouden doen. Zo vrijen jongeren vaker onveilig als ze gedronken hebben en zijn jongeren die drinken of drugs gebruiken tijdens het uitgaan vaker het slachtoffer of de dader van agressief en crimineel gedrag.

Echter, deze boodschappen kunnen nog abstract zijn en onvoldoende impact maken op onze communicatiedoelgroepen, zoals ouders of jongeren zelf. Door bovenstaande gegevens te combineren met incidenten uit (lokale) media (bij voorkeur uit de gemeente zelf) kun je meer urgentie rond het thema alcoholgebruik creëren. Zie hieronder een aantal voorbeelden:

- https://www.dvhn.nl/drenthe/Ongeluk-Asser-Boys-bestuurer-19-veroordeeld-tot-voorwaardelijke-jeugd-detentie-en-taakstraf-voor-veroorzaken-ongeval-met-twee-doden-24281506.html?harvest_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- <https://www.lc.nl/friesland/OM-eist-3-jaar-cel-na-steekpartij-22298253.html>
- <https://nos.nl/op3/artikel/2309717-bas-17-belandde-in-het-ziekenhuis-door-alcohol-ik-was-bijna-dood.html>

KOSTEN VOOR DE SAMENLEVING

Uit een maatschappelijke kosten-baten analyse van het RIVM¹ (2018) blijkt dat alcohol de Nederlandse maatschappij per jaar zo'n 2,3 - 4,2 miljard euro kost.

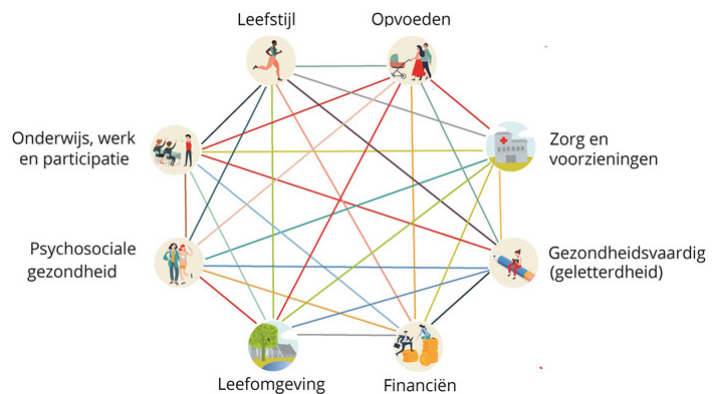
1. Zorgkosten = 400 - 450 miljoen euro
 - ↳ Bijvoorbeeld door ziekten als kanker, diabetes en/of door eerstelijns zorgkosten, spoedeisende hulp en verkeersongevallen.
2. Onderwijs = 52 - 86 miljoen euro
 - ↳ Denk hierbij aan studievertraging, schoolverzuim en verminderde motivatie.
3. Politie en justitie = 1.172 - 1.830 miljoen euro
 - ↳ Denk hierbij aan vandalisme, mishandeling, zedendelicten en detentie en ook aan preventie, opsporing en vervolging.
4. Overheid = 18 - 21 miljoen euro
 - ↳ Bijvoorbeeld voorlichting, handhaving en beleidsvorming.

¹ De Wit et al. (2018). Maatschappelijke kosten-batenanalyse van beleidsmaatregelen om alcoholgebruik te verminderen: <https://www.rivm.nl/publicaties/maatschappelijke-kosten-baten-analyse-van-beleidsmaatregelen-om-alcoholgebruik-te>

2. ZET IN OP INTEGRALE SAMENWERKING

WIJS EEN EIGENAAR AAN

Als er draagvlak is, op zowel bestuurlijk als ambtelijk niveau, is de volgende stap dat de gemeente een regisseur aanwijst. In de meeste gemeenten is er een beleidsmedewerker die alcohol in zijn/haar portefeuille heeft. Het advies is om deze regisseur ook te laten aanhaken bij leefstijlprogramma's en interventies als JOGG en Rookvrije Generatie. Zodra deze regisseur al deze programma's ook in zijn of haar portefeuille heeft, kan deze persoon nog gerichtere verbindingen leggen binnen het leefstijlthema en zo het verschil maken. Daarnaast is het van belang om een samenwerking te zoeken met andere relevante thema's binnen de Friese Preventieaanpak.



ZET IN OP EEN INTEGRALE SAMENWERKING

Integrale samenwerking is van essentieel belang bij het versterken van naleving leeftijdsgrens voor het verstrekken van alcohol. Nuchtere Fries adviseert dat de volgende betrokkenen nauw met elkaar optrekken en samenwerken op dit thema:

- Beleidsmedewerker Volksgezondheid van de gemeente.
- Beleidsmedewerker Openbare Orde & Veiligheid van de gemeente.
- Beleidsmedewerker Vergunningen.

Afhankelijk van hoe ver een gemeente is, kunnen meer personen worden betrokken bij de samenwerking. Hierbij kan gedacht worden aan de volgende samenwerkingspartners: Verslavingszorg Noord-Nederland (VNN), welzijnswerk, regisseur Sport(stimulering), Koninklijke Horeca Nederland (KHN), politie Noord-Nederland en/of GGD Fryslân.

Binnen deze samenwerkingsstructuur kan planvorming, uitvoering, evaluatie en bijsturing worden besproken. Ook hebben de betrokkenen in deze samenwerking aandacht voor hoe de samenwerking met alcoholverstrekkers verloopt en waar punten voor verbetering zitten. Verder is er aandacht voor borging van de aanpak in beleid. Hoe vaak men met elkaar overlegt, is afhankelijk van de situatie. Een belangrijk aandachtspunt is dat bepaald wordt wie contact opneemt en onderhoudt met de hotspots.

3. BEPAAL STRATEGIE EN BIJBEHORENDE INITIATIEVEN

Vanuit Nuchtere Fries adviseren we de volgende strategische uitgangspunten voor de aanpak om de naleving te verbeteren.

FOCUS JE CAPACITEIT

Het advies is om risicogestuurd te handhaven op de naleving. Dat wil zeggen, richt je beperkte en beschikbare BOA-capaciteit op de plekken waar:

- jongeren het vaakst alcohol kopen (Wat zijn de belangrijke hotspots?).
- de naleving laag is (Welke hotspots scoren slecht op naleving?).
- jongeren het meeste zullen drinken (zoals evenementen en horeca).

Prioriteer daarom de hotspots waar je als gemeente op wilt inzetten (zie prioriteringstabel , Hotspotnalevingsonderzoek 2019).

BETREK HOTSPOTS

Bespreek de situatie rondom alcohol- en leeftijdscontrole met de alcoholverstrekkers. Herkennen zij zich in de cijfers? Waar lopen zij tegenaan bij de leeftijdscontrole? Wat hebben zij nodig om het controleproces te verbeteren? Neem ze mee in de acties die de gemeente gaat uitvoeren. In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op hoe je als gemeente hotspots kunt betrekken.

BIED HANDELINGSPERSPECTIEF

Bied ook een handelingsperspectief aan voor alcoholverstrekkers voordat je gaat handhaven. Denk aan een training, ondersteuning, materialen (zie kopje 5 'Neem barrières weg'). Bied alcoholverstrekkers ondersteuning en advies aan om het proces rondom leeftijdscontrole te kunnen verbeteren. Bied deze alcoholverstrekkers ook een aanlooperperiode aan om het handelingsperspectief te implementeren, bijvoorbeeld een half jaar tot een jaar. Ondersteun en faciliteer alcoholverstrekkers in de tussentijd, zodat ze de kans krijgen om hun organisatieprocessen (beleid, getraind personeel en ondersteunend materiaal) goed op orde te maken (zie kopje 4, 5 en 8).

HANDHAAF STRENG DOCH RECHTVAARDIG

Als de aanlooperperiode is gepasseerd, ga daarna ook consequent (en risicogestuurd) handhaven. Alcoholverstrekkers hebben tenslotte de kans gehad om zich aan te melden voor het ondersteuningsaanbod en hebben de tijd gehad om verbeteringen te implementeren.

4. BETREK FREQUENT JE BETROKKENEN

CREËER EEN NOODZAAK VOOR HOTSPOTS OM DE NALEIVING TE MOETEN VERBETEREN

Organiseer een startbijeenkomst voor hotspots uit de gekozen categorie(ën). Kijk of de wethouder of burgemeester de eerste bijeenkomst kan openen en (indien daar tijd voor is) kan bijwonen. Dit helpt bij het motiveren van alcoholverstrekkers van de hotspots tot deelname van de aanpak. Belangrijke onderdelen voor de startbijeenkomst zijn:

- Presentatie van de probleemanalyse (nut en noodzaak: waarom zijn we nu bij elkaar?). Hier kun je ook de context van de Friese Preventieaanpak meenemen.
- Vraag of alcoholverstrekkers de problemen herkennen? Welke ervaringen hebben zij?
- Vraag aan de alcoholverstrekkers waar volgens hen het procesverlies zit. Waarom wordt er bijvoorbeeld niet naar een ID gevraagd óf wel naar ID gevraagd, maar niet nageleefd.
- Vraag waar alcoholverstrekkers behoefte aan hebben. Wat willen zij oppakken en wat juist niet?
- Laat het aanbod van middelen vanuit Nuchtere Fries (www.nuchterefries.nl) zien. Welke middelen zijn beschikbaar om in te zetten.
- Presenteer de handhavingkaders van de gemeente.
- Het tijdpad van de gemeente (van het bieden van handelingsperspectief tot streng doch rechtvaardig handhaven).

BEPAAAL SAMEN MET DE HOTSPOTS WAT DE GEWENSTE VORM VAN ONDERLING COMMUNICEREN IS

Communicatie is bij verandering van groot belang. Communicatie draagt bij aan het volgende:

1. Het creëert het nut en de noodzaak van verandering bij alle medewerkers van de verschillende hotspots.
2. Het biedt de mogelijkheid voor alle medewerkers van alcoholverstrekkers om de verandering en de impact ervan te begrijpen.
3. Het biedt een mogelijkheid om in gesprek te gaan over de structurele veranderingen die nodig zijn, zoals het trainen van collega's.
4. Het houdt medewerkers van hotspots betrokken door hen regelmatig te betrekken en te informeren over het proces en de voortgang².

Hieronder een aantal aandachtspunten:

- Check of het helder is wat van de hotspots wordt verwacht en waarom dit project zo belangrijk is. Bijvoorbeeld het belang van strikt naleven; wat betekent dit voor de medewerkers van de hotspots?
- Hoeveel invloed wil een hotspot? Wie wil in het projectteam? Wie wil meewerken en/of meedenken met het verbeteren van de naleving in de gemeente?
- Via welke kanalen willen de betrokkenen dat met hen wordt gecommuniceerd? Willen ze bijeenkomsten of is (video)bellen ook voldoende?
- Wat is de gewenste frequentie van overleg en informeren?
- Wat voor informatie willen ze ontvangen?
- Hoe wordt inspraak verzorgd en hoe verloopt het proces van wat er met de inspraak wordt gedaan?

² Cawsey, Deszca & Ingols. Organizational Change: an action-oriented toolkit. Sage

5. NEEM BARRIÈRES WEG

In de bijeenkomst kunnen hotspots aangegeven wat ze willen oppakken, hoe ze dit willen doen, wat ze nodig hebben en hoe ze betrokken willen blijven. De volgende stap is om hen daarin zo goed mogelijk te voorzien. Naast alle beschikbare materialen via Nuchtere Fries, kunnen er ook nog extra materialen ontwikkeld worden.

Het is van belang om periodiek inloopmomenten in te plannen voor de hotspots (bijvoorbeeld 1x per kwartaal). Herhaal op deze bijeenkomst waarom er specifieke aandacht is voor de aanpak van problematisch alcoholgebruik en naleving een belangrijk daarvan een belangrijk onderdeel is. Bespreek op deze bijeenkomsten de voortgang van de implementatie van de verbeteringen (voor en door alcoholverstrekkers), waar lopen alcoholverstrekkers tegenaan en waar hebben ze behoefte aan. Belangrijk is ook om te delen wat al goed gaat en waar gezamenlijke successen zijn geboekt! Face-to-face communicatie is hierin het meest effectief³. Zorg eventueel voor informele contactmomenten tussendoor. Ga eens als regisseur van de gemeente bijvoorbeeld wat drinken in de zaak van de alcoholverstrekker om zo op een laagdrempelige wijze over het onderwerp, de aanpak en de samenwerking met elkaar in gesprek te gaan.

Huidige beschikbare aanbod⁴

- Advisering over methodiek van periodieke zelfcontrole.
- Advisering over Naleving regels DHW, Goed Voorbeeld, Aanbod & Zichtbaarheid, Sfeer & Veiligheid en Beleid.
- Coördinatie van campagnes als IkPas, NIXzonderID, Ziet Drinken Doet Drinken.
- NIX18 (alcohol & roken) campagne materiaal (zie website NIX18voorprofs).
- Ondersteuningsmateriaal, zoals polsbandjes, T-shirts, stellingenwaaier, ID-reader en blaastesten (www.nuchterefries.nl).
- E-Learning voor barmedewerkers over naleving, wederverstrekking en doorschenken bij dronkenschap.
- Instructie Verantwoord Alcoholschenken (IVA).
- Leeftijdscheckers.
- DHW Handreiking Toezicht leeftijdsgrens voor gemeenten.

³ Burnes (2016). Managing Change. Pearson

⁴ Als een hotspot meer preventief aan de slag wil gaan? Zie bijlage

6. BEHAAL KORTE TERMIJN RESULTATEN

Alcoholpreventie is een continu proces. Om de energie erin te houden, zijn korte termijn resultaten belangrijk. Alle korte termijn resultaten bij elkaar maken dat er op de lange termijn impact wordt gerealiseerd. Het is dus belangrijk is om op de achtergrond de voortgang te monitoren: herken daarbij de korte termijn resultaten. Denk hierbij aan momenten dat de gemeente een startbijeenkomst en/of tussentijdse inloopbijeenkomsten organiseert, hotspots die campagnemateriaal gebruiken, barmedewerkers die trainingen volgen enzovoort. Het advies is om deze korte termijn resultaten, tezamen met een kernboodschap over waarom deze acties worden uitgevoerd en waarom dat belangrijk is, vaak te delen en te herhalen.

7. COMMUNICEER DE SUCCESSEN

- Herhaal bij alle communicatie de kernboodschap:
 - ↳ In 2019 is het Hotspotnalevingsonderzoek uitgevoerd. De uitkomsten liegen er niet om: Maar liefst twee derde van de minderjarigen krijgt alcohol mee als ze dit willen aankopen. Alcohol is niet alleen slecht voor de ontwikkeling en de gezondheid van de jongere zelf; het verstrekken van alcohol aan minderjarigen gaat ook tegen de wet in. Hier wil de gemeente samen met de hotspots verandering in brengen.
- Communiqueer een nieuwsbericht met foto's van de startbijeenkomst op de gemeentelijke website en eigen socialmediakanalen en verspreidt dit bericht onder de regionale media.
- Deel nieuwsberichten van tussentijdse bijeenkomsten op gemeentelijke website en socialmediakanalen.
- Vraag foto's op van hotspots die campagnemateriaal gebruiken en deel deze in een nieuwsbericht of -nieuwsbrief.
- Vraag foto's op van hotspots die de e-learning of IVA volgen of hebben gevolgd en deel deze in een nieuwsbericht of nieuwsbrief.
- Communiqueer het als een hotspot beleid heeft opgesteld en hoe ze leeftijdscontrole gaat borgen in haar organisatieplan. Laat deze hotspot als een voorbeeld zien voor de rest van de alcoholverstrekkers in jouw gemeente.

8. BORG DE VERANDERING

BORG DE UITGEVOERDE ACTIES IN BELEID

Het advies is de acties te borgen in het beleid van de hotspot. Bijvoorbeeld: iedere werknemer die alcohol verstrekt heeft de e-learning gevolgd en een IVA-certificaat behaald; of, we nemen jaarlijks deel aan de NIXzonderID-campagne. De gemeente of GGD Fryslân kan de hotspot ondersteunen in dit proces.

HOUD DE CONTROLEDRUK HOOG

Een manier om de controledruk hoog te houden en het gevoel van autonomie van de verkoper te waarborgen, is het inzetten van periodieke (zelf)controle (zie bijlage NIX18 in Utrecht: Verhogen naleving leeftijdsgrens). Bij periodieke (zelf)controle krijgen verkopers – binnen het toezicht van de gemeente – de kans om naleving op orde te brengen. Vooraf maken verkopers en gemeenten afspraken over de kwaliteitseisen van de (zelf)controles en het delen van de resultaten. De gemeente kan zo op hoofdlijnen monitoren, toezien of verkopers zich aan de inspanningsverplichting houden en de naleving nauwgezet volgen, terwijl het gevoel van autonomie bij de verkoper intact blijft.

Naast het behouden van de controledruk is het waardevol om verkopers feedback te geven over hoe ze het leeftijdscontroleproces uitvoeren. Zonder concrete feedback kan een verkoper mogelijke fouten niet herstellen. Daarnaast kun je met positieve feedback de verkoper belonen wanneer de leeftijdscontrole goed is uitgevoerd. Vanuit de gedragspsychologie weten we dat het geven van directe, gerichte feedback over wat goed ging en beter kan, mensen motiveert om de goede lijn door te zetten en zo nodig fouten te herstellen.

De combinatie van periodieke (zelf)controle en directe, gerichte feedback is daarom zeer effectief in het verbeteren van de naleving. In gemeente Utrecht heeft dit onder de horecazaken geleid tot een verbetering van de naleving van 15% naar 65%. Supermarkten en slijterijen werken ook mee en daar zien we dat naleving van de leeftijdsgrens beter wordt gehanteerd dan in paracommercie.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: NIX18 IN UTRECHT: VERHOGEN NALEVING LEEFTIJDGREN

Aanleiding

In Utrecht is in het 'Preventie- en Handavingsplan alcohol 2015 – 2018' de ambitie vastgelegd om gezondheids- en maatschappelijke schade als gevolg van alcoholgebruik te beperken. Eén van de belangrijkste doelstellingen hierbij is een daling van het alcoholgebruik bij personen onder de 18 jaar. Zowel vanuit preventie als vanuit handhaving worden activiteiten ondernomen die bijdragen aan deze doelstellingen. Verschillende partijen binnen de gemeente Utrecht (Volksgezondheid, VTH) en buiten de gemeente Utrecht (alcoholverstrekkers waaronder de horeca, verslavingszorg, scholen, jongeren, ouders) hebben hierin een rol. Een indicator voor de benoemde doelstelling is de naleving van de leeftijdsgrens. In 2015/2016 is in Utrecht deze naleving gemeten bij verschillende alcoholverstrekkers, waaronder de horeca. Uit deze meting bleek dat de naleving in de horeca nog te wensen over liet. De naleving van de totale Utrechtse horeca bedroeg 15%.

Interventie

Vanuit het gezamenlijk besef dat het doel van gemeente en horeca 'verbetering van de naleving' is, is gezocht naar initiatieven om samen te werken aan een verhoging van de naleving. Een vertegenwoordiging van de Utrechtse horeca heeft een stichting opgericht, de stichting 'NIX18 in Utrecht'. In samenspraak met de gemeente en de stichting is Objectief ingeschakeld om de stichting te helpen de naleving van de leeftijdsgrens te verbeteren. Dit hebben ze gedaan door de Kwaliteitsmethodiek te implementeren bij de 39 horecabedrijven die zich hebben aangesloten bij de stichting. Dit in eerste instantie voor de pilot periode van een jaar.

Periodieke monitoring van het leeftijdscontroleproces is een centraal uitgangspunt van de Kwaliteitsmethodiek leeftijdscontrole. Aan de hand van mysteryshoponderzoek wordt de naleving van de leeftijdsgrens in kaart gebracht. Hierbij gaan getrainde 17-jarige mysterykids samen met een ervaren auditor op pad om de naleving van de leeftijdsgrens bij de deelnemende horecagelegenheden, per kwartaal, in kaart te brengen. Door meerdere keren per jaar langs te gaan, ontstaat er periodiek zicht op en aandacht voor de naleving. Zo blijft men alert.

Om de naleving van de leeftijdsgrens te kunnen verbeteren, is het nodig om feedback te geven. Om deze reden wordt er op de dag van ieder mysteryshopbezoek, door een auditor, feedback gegeven aan de op dat moment aanwezige leidinggevende. De auditor informeert de leidinggevende over zijn/haar bevindingen en overhandigt hierbij een TIP/TOP kaart. Hierop staan onder meer de naam van de locatie, de datum, het tijdstip, de ID-vraag en of er wel/niet is geschonken. Zonder concrete feedback kunnen mogelijke fouten namelijk niet worden hersteld. Ook positieve feedback is belangrijk om de medewerkers te belonen wanneer de leeftijdscontroles goed zijn uitgevoerd. Het geven van directe, gerichte feedback over wat goed ging en beter kan, motiveert mensen om de goede lijn door te zetten en zo nodig fouten te herstellen. Deze combinatie van periodieke monitoring en directe, gerichte feedback op de uitvoer van de leeftijdscontroles, maakt de Kwaliteitsmethodiek leeftijdscontrole zeer effectief.

Na iedere bezoeker (ééns per kwartaal) worden de resultaten door onze onderzoekers met zowel het bestuur van de stichting als de gemeente besproken. Zo kan de gemeente de resultaten van de methodiek monitoren en bijsturen waar nodig. De ondernemers kunnen op hun beurt eventuele aandachtspunten of extra hulpvragen direct met de gemeente bespreken.

Resultaat

De resultaten van de pilot periode zijn veelbelovend. Het gemiddelde nalevingspercentage van de bij de stichting aangesloten bedrijven over deze periode is maar liefst 65%. Alle betrokken partijen zijn enthousiast over de pilot en het resultaat. De pilot wordt daardoor omgezet in een structurele werkwijze. De stichting streeft het komende jaar met haar deelnemers naar minimaal een gelijkwaardig of hoger gemiddeld nalevingspercentage van 65%. Eddy Schouten, voorzitter van Stichting NIX18 in Utrecht: "Door de pilot is niet alleen de naleving verbeterd, maar zijn de horecaondernemers ook met elkaar in gesprek en werken we samen om het doel, het niet schenken van alcohol aan minderjarigen, te bereiken."

BIJLAGE 2: PREVENTIEVE MOGELIJKHEDEN VOOR HOTSPOTS

De rode vlakken zijn de minimale eisen voor een hotspot om zich aan de wettelijke regels te houden. Wil een hotspot meer? Dan kunnen ze werken aan een goed voorbeeld, aanbod & zichtbaarheid, sfeer & veiligheid en beleid.

Module 1: Naleving regels DHW	Module 2: Goed voorbeeld	Module 3: Aanbod & Zichtbaarheid	Module 4: Sfeer & Veiligheid	Module 5: Beleid
De hotspot verstrekt geen alcohol aan jongeren onder 18 jaar.	De hotspot heeft afspraken over (het schenken van) alcohol op de momenten dat jeugd aanwezig is (schenktijden).	Reclame voor alcohol is niet prominent aanwezig op de hotspot.	De hotspot wil voorkomen dat alcoholgebruik leidt tot ongewenst gedrag en onderneemt actie om dit tegen te gaan.	De hotspot heeft een duidelijk alcoholbeleid opgesteld voor reguliere activiteiten, feesten en evenementen.
Jongeren onder de 25 jaar wordt om ID gevraagd.	Leden/klanten geven het goede voorbeeld; ze drinken niet overmatig én niet als ze jeugd begeleiden.	Alcoholvrij bier wordt zichtbaar aangeboden als alternatief. Dit is niet bedoeld voor minderjarigen.	Alcohol en verkeer gaat niet samen. Leden en/of klanten spreken elkaar en bezoekers daarop aan.	Iedereen die alcohol verstrekt, heeft de e-learning gevolgd en is in bezit van het certificaat "Instructie Verantwoord Alcohol Schenken".
Alcoholverstrekkers, leden en/of klanten zijn alert op wederverstrekking en grijpen in, zowel richting de besteller als de drinkende minderjarige.	Degenen die bardienst hebben, drinken geen alcohol.	De hotspot heeft geen 'happy hours' en 'kannen en meters bier', om zo het 'meedrinken' te ontmoedigen.		De hotspot communiceert haar beleid (de afspraken) zichtbaar aan alle leden, en/of klanten.
Alcoholverstrekkers schenken niet door bij kennelijke staat van dronkenschap.				Het bestuur/eigenaar zorgt ervoor dat medewerkers weten wat de beleidsafspraken zijn en dat ze zich door de hele club/organisatie gesteund voelen.

PLATFORM
NUCHTERE
FRIESL