

Tineke De Breucker, CGG Waas & Dender

### Vooronderzoek

1. Probleemanalyse: Wat is het probleem en met welke gedrags- en omgevingsfactoren hangt dit samen?
  - Alcoholmisbruik in de uitgaansbuurt van de stad
  - Overlast op en rond het plein (uitgaansbuurt)
  - Alcohol wordt geschonken aan -16 jarigen
  - Alcohol wordt verkocht aan -16 jarigen
  - Alcoholmisbruik op jaarlijkse 100-dagen
2. Determinantenanalyse: Welke determinanten zijn van invloed op het gedrag en de omgeving?
  - Gebrek aan kennis met betrekking tot de wetgeving op het schenken van alcohol aan -16 jarigen (horeca)
  - Gebrek aan kennis met betrekking tot de wetgeving op het verkopen alcohol aan -16 jarigen (nachtwinkels en supermarkten)
  - Ruim aanbod van alcohol op festiviteiten 100-dagen
  - Feest: "alcohol hoort erbij"
  - Peer pressure: jongeren vieren einde middelbare school; stimuleren elkaar om overmatig te drinken (dit hoort volgens hen bij de 100-dagen).

### Interventie ontwikkeling

3. Doelgroepen: Wie zijn de doelgroep(en) van het project?
  - Jongeren
  - Horeca (barpersoneel)
  - Nachtwinkels
  - Supermarkten
4. Doelen: Wat zijn de doelen van het project?

#### *Einddoelen:*

- Jongeren misbruiken minder alcohol
- Minder overlast
- Minder verkopen en schenken van alcohol aan -16 jarigen

#### *Tussendoelen:*

- Jongeren hebben meer kennis over de gevolgen van alcohol
- Horeca-personeel heeft meer kennis over de wetgeving schenken aan -16
- Supermarkten en nachtwinkels hebben meer kennis over wetgeving verkopen aan -16
- Jongeren kennen de kanalen om informatie op te zoeken (website, organisaties, ...)
- Jongeren weten hoe ze op een gezonde en veilige manier kunnen feesten

5. Interventie: Welke interventie wordt ontwikkeld om deze doelen te realiseren?

*Horeca, supermarkten en nachtwinkels:*

- Krijgen posters en informatie over de campagne van 'respect 16': geen alcohol verkopen of schenken aan -16
- Er worden folders rondgedeeld met info over hoe om te gaan met de wetgeving, wat zijn signalen van gebruik en hoe neen te zeggen
- Alle cafés krijgen bierviltjes met de website bekiijkheteensnuchter en de roze olifant
- Er gebeuren extra controles door politie

*Jongeren:*

- Fantmobiel met parcours promillebrillen, fotowedstrijd met roze olifant in pak, schenken van gratis water
- Tips voor vóór, tijdens en na het feesten op platen
- Banner respect 16
- Banner partywise
- Filmpjes IDA op wall
- In cafés was water goedkoper dan anders
- Tolwagen DUS

## **Implementatie**

6. Implementatieplan: Op welke manier wordt de interventie geïmplementeerd?

*Vooraf:*

- Brieven van supermarkten, nachtwinkels, horeca
- Ronddelen van posters, brochures 'respect 16', ronddelen van bierviltjes
- Bevestiging materiaal op feestsite (banners, tips, posters, ...)
- Waterbar installeren
- Fantmobiel en parcours aanleggen
- Overleg preventie – horeca – stad- JAC – politie – jeugd
- Extra controles door politie werden door horecacoach bekend gemaakt

*Tijdens het feest:*

Bemanning fantmobiel, parcours, wedstrijd foto's, waterstand

## **Evaluatie**

7. Evaluatieplan: Op welke manier wordt de interventie geëvalueerd?

Voor de evaluatie werd de voltallige werkgroep opnieuw uitgenodigd. Volgende bevindingen kwamen aan bod met betrekking tot de preventiecampagne:

- Over de hele lijn positief
- Volgend jaar wel pas starten rond 22u
- Kan het preventie-luik mee opgenomen worden door jongeren?
- Gratis uitdelen van water werd als positief ervaren

## Randvoorwaarden en haalbaarheid

8. Draagvlak: Welke interne en externe partners zijn er nodig voor het draagvlak in iedere fase van het project?

JAC, jeugddienst, politie, preventiedienst stad, horecacoach stad, jeugdhuis, horecazaken, winkels, CGG preventiewerk

9. Capaciteit: wat is de beschikbare capaciteit voor het project?

We hebben gebruik gemaakt van budgetten en gratis diensten van de stad. Het totaalbeeld van het budget wordt samen met de evaluatie nog geschetst.