

STAP – Verslag – Studietoer ‘Minder drank met meer beleid’

Dag/datum/tijd: woensdag 31 mei 2006, 15:15u.

Naam/nummer sessie: middag thema 1

Spreker: Sandra Hagens, Dienst Preventie stad Aalst, België

De aanpak van een lokaal alcoholbeleid in Aalst

Aalst is dé carnavalsstad van Vlaanderen; 80.000 inwoners, Oost Vlaanderen.

Jongeren uit de randgemeenten gaan naar school in Aalst.

In de zomer van 2001/2002 waren er een aantal incidenten waarbij jongeren in het ziekenhuis terecht kwamen. Dit gaf aanleiding tot een lokaal alcoholpreventieproject in samenwerking met onder meer de volgende partners: Scholen, verkooppunten (supermarkt, winkels) en de media. Afstemming op de doelgroep vindt bijvoorbeeld plaats door de actie in dialect te vertalen, omdat Carnaval ook in dialect gevierd wordt. Voor het hele verhaal: zie volledige tekst Sandra Hagens (hier onder).

DE AANPAK VAN EEN LOKAAL ALCOHOLBELEID IN AALST

Aanleiding

Aanleiding om in Aalst een aanpak uit te werken rond het thema alcohol, waren een aantal negatieve ervaringen tijdens evenementen.

Elk jaar gaan er in Aalst een aantal populaire evenementen door waarvan Aalst carnaval en de parkconcerten de meest bekende zijn. Tijdens deze evenementen wordt veel alcohol geconsumeerd, zoals door volwassenen als jongeren.

Aalst heeft bovendien een uitgebreide schoolpopulatie; er zijn een twintigtal secundaire scholen die zich voornamelijk in het stadscentrum bevinden. Die schoolgaande jongeren komen naar deze evenementen, maar vieren ook uitbundig hun eigen festiviteiten zoals de 100-dagen of het einde van het schooljaar.

Sedert jaren ondernamen de **dienst Preventie** en de **lokale politie** in samenwerking met de sociale dienst initiatieven voor jongeren zoals de spijbelacties en controles omtrent alcoholgebruik. Meer en meer werd de noodzaak duidelijk om, vooral tijdens bepaalde evenementen, de overlast door alcoholmisbruik te beperken en dit niet zozeer door losse of sporadische acties, maar wel via een gestructureerde aanpak vooral gericht naar de doelgroep jongeren.

De directe aanzet voor zo'n structurele aanpak werd gegeven door :

- De stijgende populariteit van alcopops
- Een aantal incidenten tijdens evenementen n.a.v. alcoholmisbruik
- Negatieve berichtgeving in de media
- Vraag vanuit het beleid, zowel lokaal als federaal, naar beperking van overlast

Situering

De werking van de dienst Preventie situeert zich binnen het Veiligheids- en Preventiecontract dat is afgesloten tussen de federale overheidsdienst Binnenlandse Zaken en de stad Aalst. Dit contract is een belangrijk beleidsinstrument inzake stedelijke preventie en de aanpak van specifieke onveiligheidsfenomenen. In het Veiligheidscontract zijn de belangrijkste krijtlijnen m.b.t. de verschillende projecten opgenomen. Voorbeelden van projecten zijn: recreatiecriminaliteit, buurtbeheer, gauwdiefstal, drugpreventie en drughulpverlening (Traject)

Strategie en werkingsprincipes

De aanpak bestaat vooral uit sensibiliseringsacties gericht op alcoholmisbruik en minderjarigen gecombineerd met structurele maatregelen om de overlast te beperken. De meeste acties zijn dus gericht naar jongeren.

▪ Geïntegreerde aanpak met verschillende partners

Het betrekken van verschillende relevante partners is volgens ons van groot belang. Een actie die gedragen wordt door verschillende actoren die effectief betrokken worden en die actief participeren, heeft immers meer draagkracht.

Dit betrekken van partners is tijdsintensief en maakt dat je verantwoordelijkheden moet delen (wat niet altijd makkelijk is). Het is ook nodig duidelijke gemeenschappelijke doelstellingen te bepalen.

Met welke partners wordt er samengewerkt?

❖ Lokale politie

Voor acties omtrent alcohol tijdens evenementen wordt vooral samengewerkt met de cel preventie van de lokale politie en de sociale dienst. Het kan echter ook belangrijk zijn de interventieploegen te betrekken.

❖ Horeca

Horeca-uitbaters zijn, zo ervaren wij althans, gezien de op het eerste zicht verschillende belangen, geen evidente partner. Maar ze zijn wel een belangrijke partner: zij kunnen er b.v. op toezien dat er geen alcoholische dranken worden verkocht.

❖ Grootwarenhuizen – nachtwinkels – bierhandelaars – foorkramers

Het is van belang ook deze als partner te betrekken omdat jongeren vaak daar hun drank inslaan. Dit bijvoorbeeld o.w.v. de hoge prijzen in de cafés en het verhoogde toezicht op het schenken van alcohol.

❖ Scholen

Via scholen kan je het doelpubliek makkelijk bereiken. Als de school de actie ondersteunt, krijgt deze meer draagkracht. We merken dat de participatie van de scholen vergroot naarmate de acties meer bekend raken.

❖ Andere: spoedafdeling ziekenhuizen, jeugdwerk, ...

▪ Acties afstemmen op de doelgroep

Bij het bepalen van je acties is het belangrijk de inhoud en de aanpak af te stemmen op je doelgroep. Dat maakt dat je de doelgroep vooraf duidelijk moet bepalen en afbakenen.

V.b. voor de carnavalactie wordt ervoor gekozen om de slogan van de actie in het lokale dialect te voeren omdat tijdens carnaval het dialect de 'voertaal' is.

V.b.: bij sommige acties wordt er gekozen voor een gadget of symbool dat jongeren aanspreekt: voor acties einde schooljaar werkten we b.v. met de Cowboy Henk figuur (campagne VAD), voor de carnavalactie kozen we in 2005 voor het populaire badeendje.

▪ Preventieve en structurele maatregelen en controlerend luik

Een aanpak op verschillende niveaus:

- Preventief: sensibiliseringsacties op 'maat' van jongeren, horeca sensibiliseren, ...
- Structureel: maatregelen die worden genomen door de stad of door de lokale politie zoals een tijdelijke politieverordening drankautomaten
- Controle: door lokale politie op verkoop van alcohol, nachtwinkels,...

▪ Transparante communicatie

Het is belangrijk de acties duidelijk te communiceren. Niet enkel naar de doelgroep, maar ook naar partners, het beleid en de bevolking in het algemeen.

▪ Aanpak op lange termijn – continuïteit

In praktijk start men vaak met de uitwerking van acties n.a.v. een concreet probleem of voorval. De ervaring leert dat het belangrijk is goed doordachte acties gebaseerd op een lange termijn visie te realiseren en een alcoholbeleid uit te werken. Het heeft immers geen zin om tijdens carnaval aandacht te schenken aan alcoholmisbruik en de rest van het jaar alles op zijn beloop te laten.

Dat beleid wordt momenteel vooral gerealiseerd via het veiligheids- en preventiecontract en de samenwerking tussen stad en politie. Voordeel hier is dat er sowieso een mandaat is, maar alles moet ook voorgelegd en goedgekeurd worden.

Toch voelen we de noodzaak om hier een permanente beleidsgroep op te richten, met verschillende partners.

Anderzijds is het ook zo dat de acties op hun beurt bijdragen tot een beleid en er deel van uitmaken.

Zo merken we b.v. dat horeca-uitbaters meer aandacht beginnen schenken en b.v. systematisch geen sterke dranken meer verkopen tijdens bepaalde periodes.

- **Aandacht voor evaluatie**

Het is belangrijk je aanpak regelmatig te evalueren, de partners hierbij te betrekken en ook aan de partners ter kennis te geven. (wat soms wel eens wordt vergeten)

Praktijkillustratie: acties Aalst carnaval

Aalst carnaval, een impressie

Aalst carnaval staat elk jaar garant voor drie dagen en nachten ongelimiteerd feesten voor jong en oud. Veel feestvierders zakken af naar de Grote Markt en vieren in de cafés en op straat. Aalst carnaval heeft ook een anarchistisch tintje: naast feesten wil de Aalstenaar ook wel eens de regels aan zijn laars lappen...

Aalst carnaval betekent ook hard labour

Aalst carnaval houdt een immense voorbereiding in voor stadsdiensten, lokale politie, hulpverleningsinstanties, ... Zorgen dat alles in goede banen verloopt is niet evident en vergt van alle betrokken actoren een goede organisatie.

Aalst carnaval en alcohol

De carnavalsdagen zijn voor vele jongeren (en volwassenen) een gelegenheid om diep in het glas te kijken. Aangezien carnaval een straatfeest is en de prijzen in de cafés vaak hoger liggen dan normaal, brengen veel jongeren hun drank mee. Combinatie van vermoeidheid, koude en alcohol zorgden in het verleden voor dronken feestvierders, soms in die mate dat medische hulp diende ingeschakeld te worden.

De acties

De acties bestaan altijd uit een preventief luik, gecombineerd met structurele maatregelen en controles tijdens carnaval.

- **Sensibilisering verkopers alcohol:** bezoek aan cafés, nachtwinkels, grootwarenhuizen, toelichting wetgeving en actie en vraag tot medewerking.

- **Preventieve actie:**

De acties starten enkele weken voor carnaval en hebben elk jaar een centraal thema, telkens ondersteund door een gadget, affiche en carnavallied. Op verschillende locaties in het stadscentrum worden de gadgets aan jongeren uitgedeeld. Alle secundaire scholen worden bezocht en gevraagd de actie te ondersteunen. Met deze ludieke opzet willen we jongeren ervan bewust maken dat feestvieren ook kan zonder (overmatig) alcoholgebruik.

De actieweek wordt telkens afgesloten met een ludieke afsluiter voor de jongeren.

b.v. actie 2004: 'k em schrik van ne koater
gadget: pluchen muis

actie 2005: ' *k drink m'è nooit ni canard*'
gadget: badeendje

- **Invoeren tijdelijke politieverordening betreffende alcoholverkoop in automaten**

Omdat jongeren zich bevoorraden via drankautomaten, wordt tijdens carnaval een tijdelijke politieverordening ingevoerd door de gemeenteraad. Sterke dranken mogen sowieso niet verkocht worden in automaten, bieren echter wel. Vandaar een verbod van alcohol tijdens carnaval.

- **Controles tijdens carnaval door whiskybrigade**

Tijdens carnaval voert een aparte ploeg van de lokale politie, genaamd de whiskybrigade, *verkleed* toezicht uit. Whisky verwijst naar hun alcoholgerelateerde opdracht, nl. handelaars opsporen die ondanks het verbod toch sterke drank verkopen aan minderjarigen, maar ook corrigerend optreden bij jongeren die dronken zijn. Bij minderjarigen wordt vooral preventief opgetreden: de alcohol wordt in bewaring genomen en de ouders worden gecontacteerd. Dit gebeurt in samenwerking met de sociale dienst van de lokale politie. Ook worden afspraken gemaakt met de spoedafdeling van de ziekenhuizen.

'Uitlopers'

Als je een beleid wil voeren, moet je niet enkel tijdens evenementen die voor overlast zorgen aandacht schenken aan je doelstelling.

Enkele uitlopers:

- acties aan het einde van het schooljaar, de 100-dagen, de parkconcerten
- een horecadag voor uitbaters, infosessies (ook thema's die niet altijd rechtstreeks met het thema te maken hebben)
- ...

Kritische bedenken - tijd voor zelfkritiek...

- **Jongeren** zelf worden te weinig betrokken en zijn teveel 'ontvanger'.
- Ook **volwassenen** overtuigen van het belang van een alcoholbeleid is zeer moeilijk. Zo ervaren we dat ouders niet altijd achter de actie staan en de aanpak ondersteunen.
- Bij het afbakenen van je doelgroep moet je ervoor waken dat deze niet te ruim is. Bij sommige van onze acties ervaren we dat we de doelgroep strikter moeten afbakenen.

B.v. met onze carnavalacties we bereiken vooral jongeren tussen 12 en 16 jaar, jongeren tussen 16 en 18 jaar veel minder.

B.v. bij de 100-dagen acties is de doelgroep zeer specifiek (18-jarigen) en kan je je actie daar meer op afstemmen.

- Je moet je **beleid, visie, doelstellingen** duidelijk formuleren. Oppassen om niet vooral met je acties en de uitwerking bezig te zijn en te weinig met het eigenlijke beleid.
- Je **partners** moeten je beleid onderschrijven.
- Partners hebben soms verborgen agenda's!

v.b. school die medewerking vraagt aan happening als verschoning naar de ouders toe, maar zelf weinig doet aan alcoholgebruik.

- **Inventief** zijn bij je acties en betrekken van je partners.

Meer info

Dienst Preventie
Lokale politie Aalst
Beekveldstraat 29
9300 Aalst
preventie@aalst.be

of

Sandra Hagens
Project drugpreventie
053 73 24 40
sandra.hagens@aalst.be