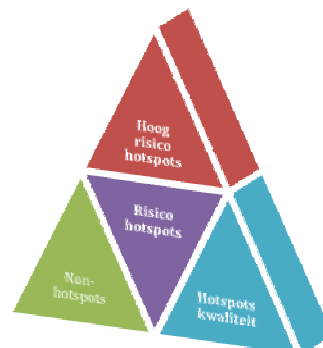


4. Inhoudelijke check van de resultaten met jongerenwerkers, wijkagenten en andere relevante partijen die de leefwereld van jongeren lokaal goed kennen.
Het verslag van de jeugdkaart bestaat uit een tekstuele en visuele weergave van de hotspots binnen een bepaald gebied en voor een bepaalde groep jongeren.

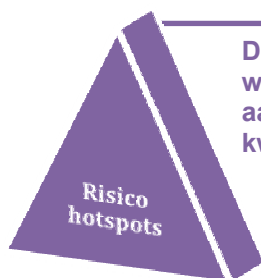
Risicoprofielen

Een risicogestuurde aanpak van alcoholmatiging wordt gekenmerkt door met het indelen van de alcoholverstrekkers in zogenaamde risicoprofielen. Het onderscheidend vermogen van deze profielen is van belang omdat de aanpak per profiel kan verschillen. Zo kan een specifiek instrumentarium worden ingezet voor een bepaald profiel. Binnen het preventie-handhavingplan onderscheiden we 4 risicoprofielen.



Drankverstrekkers die voldoen aan de hotspotcriteria, waarbij het risico op overtreding Drank- en Horecawet aanzienlijk is op basis van:

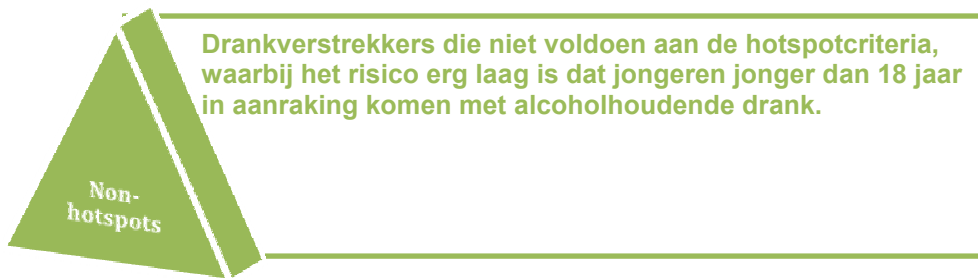
1. Eerdere overtreding Drank- en Horecawet
2. Geen kwaliteitssysteem geïmplementeerd
3. Klachten of structureel slechte score MysteryShop onderzoek



Drankverstrekkers die voldoen aan de hotspotcriteria, waarbij het risico op overtreding Drank- en Horecawet aanzienlijk is op basis van het feit dat de verstrekker geen kwaliteitssysteem heeft geïmplementeerd



Drankverstrekkers die voldoen aan de hotspotcriteria, waarbij het risico op overtreding Drank- en Horecawet laag is, omdat er wordt gewerkt volgens een kwaliteitssystematiek die de naleving van de Drank- en Horecawet voldoende waarborgd.



Instrumentarium

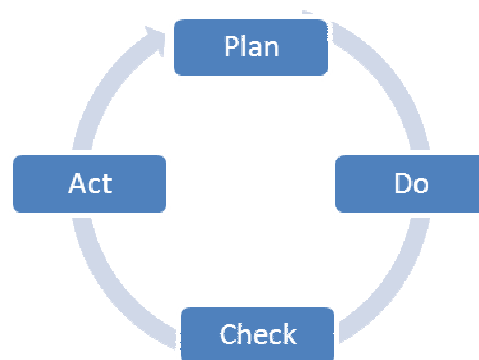
Kwaliteitssystematiek

Het primaire doel van preventie is het bevorderen van de volksgezondheid. Dit is en blijft het uitgangspunt binnen de nieuwe aanpak. Niet de overheid, maar de bevolking is zelf in staat om iets aan haar eigen leefstijl te veranderen. Een preventieve aanpak motiveert mensen om, met effectieve instrumenten, zelf iets te veranderen aan hun eigen omgeving. Deze veranderingen in gedrag maken een gezondere leefstijl binnen een setting mogelijk. Hiermee wordt niet alleen de gezondheid bevorderd, maar ontstaat er ook een vorm van zelfredzaamheid. Een systeem waarbij door de mensen zelf wordt gewerkt verbetering.

Dit systeem leunt sterk op de principes van de PDCA-cyclus:

1. PLAN (planfase): Kijk naar huidige werkwijze en ontwerp een plan voor de verbetering van deze werkwijze. Stel voor deze verbetering doelstellingen vast.
2. DO (uitvoeringsfase): Voer de geplande verbetering uit.
3. CHECK (evaluatiefase): Meet het resultaat van de verbetering en vergelijk deze met de oorspronkelijke situatie en toets deze aan de vastgestelde doelstellingen.
4. ACT (bijstellingsfase): Bijstellen aan de hand van de gevonden resultaten bij CHECK.

Figure 1: PDCA Cyclus



Planfase (Plan)

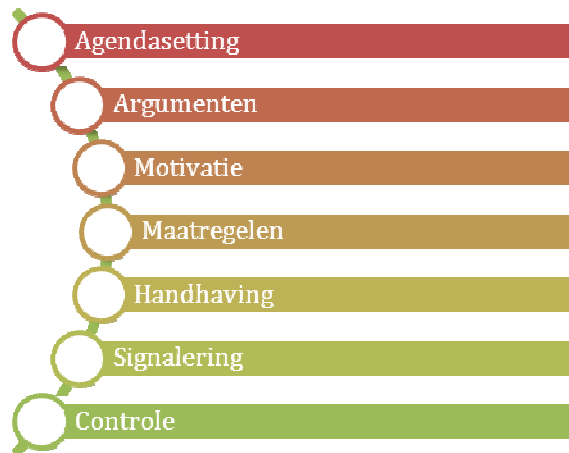
1. Risico analyse

Het inzichtelijk maken van de specifieke en kritieke momenten waarop alcohol door jongeren gekocht wordt bij het betreffende verstrekker. Bijvoorbeeld: het aantal jongeren woonachtig in de directe omgeving (CBS), ligging (ten opzichten van scholen, wijk, route), bezoek dagen/tijdstippen door doelgroep, leeftijd verkoopmedewerkers, evenementen.

2. Werkwijze, controle leeftijdsgrenzen

Dit is een omschrijving van de uitgangspunten rondom de controle van de leeftijdsgrenzen. Bijvoorbeeld: Tot welke leeftijd wordt er naar legitimatie gevraagd, hoe gaat men om met wederverstrekking, welke aanvullende acties worden er ondernomen naar aanleiding van de risicoanalyse (extra controle tijdens specifieke en kritieke momenten), welke hulpmiddelen worden er ingezet (leeftijdsbandjes, kassakaart, geautomatiseerde leeftijdsvaststelling, etc.),

interventies nemen sterk in kracht toe door het inzetten van structurele en strategisch geplande communicatie. De verschillende soorten communicatie zijn beschreven in het communicatiespectrum. Dit spectrum geeft niet alleen de typen communicatie weer, maar geeft ook de onderlinge verhouding op inhoud weer.



De controle

De feitelijke controle van de bevoegde opsporingsambtenaar is de meest directe vorm van communicatie. Het is dan ook essentieel dat de controleur de controle uitvoert op de voorgeschreven wijze en zich gedraagt passend bij 'het zijn van een Autoriteit'. Ook de professionaliteit van de handhaver is namelijk van invloed op het nalevingsgedrag van zowel de jongeren als de verstrekker.

Signalering

De fysieke aanwezigheid van de controleur is ook een vorm van communicatie. Het is niet alleen van belang om onzichtbaar te controleren, maar evenzeer belangrijk om zichtbaar in het uitgaansleven aanwezig te zijn. Deze communicatie ter plaatse maakt de handhaving zichtbaar en versterkt het effect op de subjectieve pakkans. Maximaal effect wordt bereikt door zowel opvallende als onopvallende controles uit te voeren.

Handhavingscommunicatie

Dit is de communicatie over de handhavingsactie zelf. Het feitelijk communiceren over controleacties heeft een uitstralende werking naar jongeren en ondernemers die niet zijn gecontroleerd. Het draagt bij aan het verhogen van de subjectieve pakkans.

Beleid en maatregelen

Naast dat het belangrijk is dat er gecommuniceerd wordt over de inhoud van het gevoerde alcoholmatigingsbeleid is het ook van belang te communiceren over de maatregelen die ondernemers kunnen treffen om te voldoen aan het gestelde beleid. Succesvolle voorbeelden van geslaagde acties die de naleving van de Drank- en Horecawet hebben bevordert zijn hiervan een voorbeeld.

Motivatie

Bij de motivationele communicatie wordt er aan de hand van voorbeelden uit de maatregelenschijf en met argumenten uit de agendasettingsschijf beschreven hoe en waarom het naleven van de Drank- en Horecawet tot voordeel kan zijn van jongeren, verstrekkers en de samenleving als geheel. Zo wordt getracht om de doelgroep te stimuleren de Drank- en Horecawet na te leven. Niet vanwege mogelijke sancties wanneer men de regels overtreedt, maar vanuit het maatschappelijk belang en een algemeen verantwoordelijkheidsbesef. Het doel is te zorgen voor kennis over en een positieve houding ten aanzien van de regels. Dit verhoogt het draagvlak voor het preventie- en handhavingsbeleid.