Directie

Gemeente Amsterdam
Integrale staf

Datum staf

5 november

Onderwerp

Campagne alcoholverbod Wallen

Gevraagde beslissing

1. Kennisnemen van het concept voor de campagne op de Wallen
2. Akkoord gaan met de basis van het concept (tekst, kleur, hoe het is opgemaakt –er kunnen nog nuances in komen naar aanleiding van de testresultaten)
3. Kennisnemen van de aandachtspunten in deze flap over het hangen van spandoeken aan bruggen

Korte toelichting op de gevraagde beslissing (denk aan o.a. historie, bestuurlijke context en inhoudelijke onderbouwing)

Bestuurlijke context
Vanwege de problematiek m.b.t. alcoholdrinkende mensen op straat in het alcoholverbodsgebied van de Wallen heeft u gevraagd om het alcoholverbod beter zichtbaar aan te duiden. Daarnaast heeft u met een aantal alcoholverkopende winkels gesproken. Zij hebben toegezegd te willen helpen met het communiceren over het alcoholverbod. Vanuit OOV en stadsdeel Centrum is in overleg met Amsterdam Marketing de nu voorliggende campagne ontwikkeld.

Over het concept
Het concept dat voorligt geeft klip en klaar aan: er mag geen alcohol gedronken worden in het gebied waar mensen deze uiting zien. De afzender is gemeente Amsterdam. We testen het concept nog voor de staf van maandag op begrijpelijkheid bij de doelgroep(en). Het concept is 'work in progress' als het gaat om de precieze kleur en tekst, want het concept wordt zoals gezegd nog getest en nog besproken met Dirk van den Broek. U krijgt nu twee varianten te zien, één met wat meer rood, de ander met tekst in het zwart (die versie is ook in het Nederlands gemaakt). Om de snelheid erin te houden leggen we het concept wel al graag aan u voor. Ik kan u op de staf van maandag meer vertellen over de uitkomsten van de testresultaten en het gesprek met [redacted] van Dirk van den Broek. Na uw akkoord over de richting kunnen we starten met de uitwerking en productie.


Gemeente Amsterdam
0.0%
ZONE
NO ALCOHOL
IN PUBLIC SPACES
€95 FINE
OUTSIDE IS A
0.0%
ZONE
€95 FINE
NO ALCOHOL IN PUBLIC SPACES


Gemeente Amsterdam
NO ALCOHOL
IN PUBLIC SPACES
€95 FINE
0.0%
ZONE
OUTSIDE IS A
0.0%
ZONE
€95 FINE
NO ALCOHOL
IN PUBLIC SPACES
0.0%
ZONE
€95 FINE



Voorbeeld van toepassing op straat



Inzet middelen

We willen in november /begin december onderstaande middelen inzetten in het gebied, omdat deze opties zorgen voor zichtbaarheid en haalbaar zijn. Andere middelen, zoals steigerdoeken, het bestickeren van bouwhekken of afvalbakken, of het aanbrengen van uitingen op deuren van ondernemingen kunnen ook overwogen worden, maar hebben meer tijd nodig omdat er meer overleg voor nodig is.

<u>Openbare ruimte en in horecagelegenheden</u>

- Posters in horeca (op toiletten en prikborden) - testen we eerst op nut
- Raamstickers en posters bij winkels die alcohol verkopen
- Street tags (uitingen op straat – bij voorkeur met fluorescerende verf) – groots bij de ingangen en kleiner in het gebied zelf
- Kaartjes die de handhavers kunnen uitdelen om mensen te informeren, bij voorkeur met qr-code die linkt naar overzicht alcoholverbodsgebieden
- Spandoeken aan brugzijdes en/of kademuren. Hier is een objectvergunning voor nodig en in het geval van de brugzijdes moeten we fietsen wegknippen, hier komen borden voor te staan. Centrum adviseert het gesprek aan te gaan met de Vereniging Vrienden van de Amsterdamse Binnenstad (VVAB), omdat we spandoeken aan monumentale bruggen gaan hangen. Zij kunnen hier kritisch op zijn. Centrum kan dit gesprek voeren.

  We kiezen voor de brugzijdes en kademuren omdat die zijdes heel zichtbaar (en op ooghoogte) zijn, én omdat de aanhaakpunten op panden die we daar goed voor kunnen gebruiken momenteel in beslag worden genomen door de kerstverlichting.

  Als u dat wenst kunnen we ook kiezen voor alléén de kademuren, wij denken echter wel dat spandoeken op de bruggen heel zichtbaar zijn.

- Bierviltjes in horeca – als uit de test komt dat dat nuttig is.

Met flyers zijn we terughoudend omdat die ook vaak weer op grond op straat belanden, dat zorgt weer voor extra vervuiling.

<u>Winkeliers</u>

Met AH en Dirk van den Broek zijn we in contact over de middelen in hun ondernemingen. [redacted] van AH heeft het concept al gezien. Hij geeft aan dat hij de kleurstelling van het huidige concept nu te 'agressief' vindt en dat hij twijfelt aan de begrijpelijkheid. Ik heb aangegeven dat we de begrijpelijkheid testen. [redacted] heeft toegezegd dat als de kleurstelling minder agressief wordt (als voorbeeld noemden we blauw maar in overleg kan dat ook een andere kleur worden), hij dan de uitingen ophangt in hun winkel. We hebben voor rood gekozen om aandacht te trekken en omdat het gaat om een verbod. Als blijkt dat de testgroep niet de kleurstelling niet als te agressief ervaart en u bent akkoord met de voorstellen, dan kunnen we altijd nog maatwerk leveren (zelfde concept, andere kleur) in de winkel van Albert Heijn. We zorgen er in ieder geval voor dat [redacted] een ontwerp krijgt waar hij mee aan de slag wil in zijn winkel.

[redacted] van Dirk van den Broek heb ik ook eerder gesproken over toepassing in hun winkels. Ik kan hem vrijdag (na het versturen van deze flap) de uiting laten zien en zijn bevinding terugkoppelen op de staf, desgewenst.

Voor de andere winkels ontwikkelen we posters en raamstickers. We zullen nog met hen bespreken

welk formaat het meest passend is. Op verzoek van [redacted] denken we ook mee over communicatie richting het eigen personeel over het alcoholverbod in dat gebied.

Duur van de inzet van de middelen en meting
Het zijn allemaal tijdelijke middelen. We willen alle middelen vier weken inzetten en dan kijken (aan de hand van metingen) welk middel het beste werkt. Na vier weken kunnen we dan opnieuw bepalen met welke middelen doorgaan en met welke niet. Tijdens deze periode gaan we ook nadenken over structurele middelen om het alcoholverbod beter onder de aandacht te brengen.

Handhaving tijdens periode van communicatie
Met handhaving is afgesproken dat er één of meerdere handhavingsacties op het alcoholverbod worden gehouden tijdens de periode van intensieve communicatie.

Stukken

Meegezonden stukken	Nvt

Wijze van voorbereiding

Intern overleg / uitkomst	Het kabinet BM had als vraag/aandachtspunt de begrijpelijkheid onder de Engelse doelgroep en over de noodzaak voor een NL'se variant. De Nederlandse variant ligt nu voor in het concept, de begrijpelijkheid van het concept is/wordt getest op 1 en 2 november. Ik kan indien gewenst de resultaten toelichten in de staf. Het kan dus zijn dat het concept zoals u het nu ziet nog wordt aangepast (gefinetuned) op basis van deze testresultaten. Het concept is verder afgestemd met woordvoering, met communicatie stad in balans, met communicatie H&T en met verschillende mensen bij OOV/sd Centrum.
Extern overleg / uitkomst	We hebben de politie geïnformeerd over het feit dat we een campagne gaan starten, ik stuur hen tevens het definitieve concept (na de staf).
Financiële toelichting	De kosten worden gedekt uit het Horeca-budget
Behandelend ambtenaar	Naam: [redacted] tel. nummer: [redacted]
Paraaf teamhoofd:	Naam: [redacted] paraaf: