Extra communicatie over alcoholverbodsgebied in de Wallen

Datum: 11-10-2018
Opstellers: [redacted]

Gevraagde beslissing

- In te stemmen met het tijdelijk inzetten van spandoeken, posters en andere buitenreclame over het alcoholverbod op de Wallen, en tegelijkertijd een duurzame vervolgaanpak met gebiedsgerichte uitingen in het kader van de aanpak Wallen te ontwikkelen.

Aanleiding
De constatering dat mensen niet weten dat ze geen alcohol mogen drinken in het Wallengebied en de bestuurlijke wens om daar meer zichtbaar over te informeren. Op zowel doordeweekse avonden en -nachten als weekendavonden en -nachten wordt er door bewoners overlast ervaren van (luidruchtige) beschonken bezoekers in het Wallengebied.

Achtergrond
Als gekeken wordt naar de ervaren overlast van openbare dronkenschap (cijfers Veiligheidsmonitor 2017), dan springt het Wallengebied eruit. 47% van de ondervraagde bewoners ervaren hier veel overlast van openbare dronkenschap. In heel stadsdeel Centrum ligt dit percentage op 17% en in heel de stad op 6%. Tijdens het werkbezoek bij de politie op de Burgwallen werd de alcoholproblematiek aangedragen als één van onderwerpen waar de politie in hun dagelijkse werk hun handen vol aan hebben. Alcoholmisbruik zorgt voor verstoringen van de openbare orde, geweld en wildplassen. Piekmomenten van overlast door alcohol zijn er in de weekendnachten, tijdens grote toeristische drukte (bijvoorbeeld rondom feestdagen) en bij evenementen zoals voetbalwedstrijden.

Doel
Mensen zichtbaarder informeren dat in dat gebied geen alcohol op straat mag worden genuttigd. Het effect van intensievere communicatie over het verbod wordt onderzocht.

Doelgroep
Bezoekers uitgaansgebied Wallen. In het bijzonder 'weekend' bezoekers. Kenmerken van deze primaire doelgroep:

- 18-35 jaar
- Nederlandse en Engelse taal
- Doorlopend nieuwe bezoekers
- Hoofdreden bezoek: uitgaan, drinken, feesten, gebruiken

Aanpak
Omdat het telkens nieuwe bezoekers betreft, moet de boodschap doorlopend in het Wallengebied worden uitgedragen. We borduren voort op de bestaande campagne Enjoy & Respect van Amsterdam Marketing en gemeente Amsterdam. Deze campagne is uitgebreid getest en met onze partners ontwikkeld. Gebruik maken van dit bestaande concept zorgt voor eenduidige communicatie over dit onderwerp en scheelt kosten qua conceptontwikkeling. Het reclamebureau wordt gevraagd om de doorontwikkeling naar middelen zoals spandoeken uit te voeren.
Afzenders van de nieuwe uitingen: City of Amsterdam en IAmsterdam.





Voorbeelden huidige campagne

Aandachtspunten
Communicatie over het alcoholverbod zonder de nodige handhaving kan ertoe leiden dat de boodschap wordt ondermijnd. Daarnaast is alcohol zeer makkelijk in winkels op de Wallen te verkrijgen. Doorlopend gerichte handhavingsacties op alcoholgebruik vergroten de pakkans aanzienlijk.

We willen in dit gebied heel veel vertellen en zetten nu sterk in op het alcoholverbod. Dat kan ten koste gaan van andere belangrijke boodschappen. Street tags die waarschuwen voor straatdealers of uitingen van de afvalcampagne zouden nu bijvoorbeeld kunnen verdwijnen in de drukte.

Middelen o.a.

- Flyers die winkeliers kunnen uitdelen
- Stickers of posters op de ramen van de winkeliers
- Green graffiti voor de deuren van winkels waar je alcohol kan kopen
- Spandoeken op bruggen of boven de straat
- Buitenreclame (posters op straat)
- Hosts kunnen nog actiever waarschuwen
- Bestaande inzet Enjoy & Respect-campagne: advertenties on- en offline
- Toiletposters
- In overleg met ondernemers middelen in hun winkels

Planning
Tijdelijke inzet van de middelen in de periode van november tot maart, met piek in de eerste vier weken en daarna aan de hand van meting gerichtere inzet.

Budget
Ontwikkeling concept: 7000 euro
Inzet middelen: