

Gemeente Texel • **txl**



Alcohol bij je?



Komt je duur te staan.

Sinds 1 januari 2014 is het strafbaar om in het openbaar alcohol bij je te dragen als je jonger bent dan 18 jaar. De jongeren riskeren een boete als zij toch alcohol bij zich dragen.

NIET ROKEN - NIET DRINKEN

NIX18

'Alcohol op jonge leeftijd is schadelijk'



Inhoudsopgave

Inleiding	3
Methode	4
Resultaten	7
Uitgaansleven op Texel	7
- Mening jongeren nieuwe alcoholbeleid	7
- Bandjessysteem	7
- Uitgaansavond voor van het invoering nieuwe beleid	8
- Gevolgen nieuwe beleid	8
- Belangrijk tijdens uitgaan	10
Imago	11
- Huidige imago Young4Ever	11
- Huidige Imago Time Out	12
- Huidige locatie Time Out	13
Mogelijke verhuizing naar het Postkantoor	14
Aanbevelingen en suggesties voor Young4Ever en Time Out	14
- Activiteiten voor jongeren	16

Inleiding

Dit adviesrapport is opgesteld in opdracht van de Gemeente Texel en is uitgevoerd door het adviesbureau Revice. Het onderzoek is 13 januari 2014 gestart en 11 februari 2014 afgerond.

Probleemstelling

Vanaf 1 januari 2014 is de alcoholleeftijd omhoog gegaan naar achttien jaar. Jongeren mogen pas alcohol kopen als zij achttien jaar of ouder zijn. De verkoop van alcohol aan personen onder de achttien jaar wordt verboden. Jongeren zijn zelfs strafbaar wanneer zij in het openbaar alcohol bij zich hebben en nog geen achttien jaar zijn. Openbare plekken zijn bijvoorbeeld: cafés, de sportkantine maar ook op straat. Om boetes te voorkomen, bestaat de kans dat uitgaansgelegenheden op Texel hun deuren sluiten voor jongeren onder de achttien. Hoe gaan jongeren die zestien en zeventien zijn en mogelijk in de toekomst niet meer uit mogen, om met deze verandering? Kan Young4Ever iets betekenen voor deze jongeren?

De vraag waar dit adviesrapport een antwoord op gaat geven is:

Hoe gaan zestien- en zeventien jarigen hun vrijetijdsbesteding invullen, ook gezien de invloed van de verhoging van de alcoholleeftijd en welke rol kan Young4Ever vervullen?

Methode

Om een advies te geven is er informatie verzameld door middel van gesprekken met jongeren in de leeftijdscategorie zestien en zeventien jaar. Daarnaast is er een enquête verspreid onder alle scholieren van het OSG De Hogeberg in Den Burg om te kijken wat het imago en de mogelijkheden voor Young4Ever en Time Out zijn.

Focusgroepen

Er zijn negen focusgroepen gehouden met jongeren van zestien en zeventien jaar oud. De tijdsduur van deze sessies was gemiddeld vijfenveertig minuten. Een focusgroep is een groepsinterview waar jongeren in een comfortabele setting hun mening kunnen geven en in discussie kunnen gaan met elkaar.

In totaliteit hebben zevenenveertig jongeren deelgenomen aan de focusgroepen. Er is gezorgd dat alle opleidingsniveaus vertegenwoordigd zijn. Ook is er variëteit in het drankgebruik van de jongeren, hoe vaak de jongeren uitgaan per maand en de favoriete uitgaansplekken. De jongeren zijn allen woonachtig op Texel en scholier op het OSG De Hogeberg in Den Burg. Het drankgebruik varieert van nul tot twintig glazen alcoholische drank per avond. De favoriete uitgaansgelegenheden die werden genoemd, zijn: de Slock, de Toekomst, Babbels, de Wijsneus en de Sjans.

De hoofdlijn van de focusgroep betrof de mening van de jongeren met betrekking tot het nieuwe alcoholbeleid, de gevolgen voor hun vrije tijdsbesteding en als laatste eventuele aangedragen oplossingen voor de probleemstelling. Ook is gevraagd naar hun mening en kennis over jongerenwerk Young4Ever en één van hun locaties: Time Out. De jongeren waren gedurende de focusgroepen behulpzaam en open. Ze vonden het fijn dat er iemand geïnteresseerd was in hun mening en dat er ook naar hen geluisterd werd.

Enquête

Om voor de verkregen informatie uit de focusgroepen een breder draagvlak te creëren, is er een enquête opgemaakt en verstuurd onder alle leerlingen van het OSG De Hogeberg. In de enquête

werd onder meer gepeild wat de huidige bekendheid en het imago zijn van Young4Ever en Time Out. Er is ook gevraagd naar redenen waarom jongeren ervoor kiezen om Time Out niet te bezoeken en of zij van plan zijn om een toekomstige nieuwe locatie wel te bezoeken.

In totaal hebben 128 jongeren de enquête volledig ingevuld, waarvan 46% man was en 54% vrouw. De leeftijd varieerde van jonger dan 12 tot ouder dan 20 jaar. Het opleidingsniveau en de leeftijd zijn te zien in tabel 1 en 2. In grafiek 1 en 2 is te zien hoe vaak de jongeren uitgingen en hoeveel alcohol zij gemiddeld op een uitgaansavond dronken voor het nieuwe beleid inging.

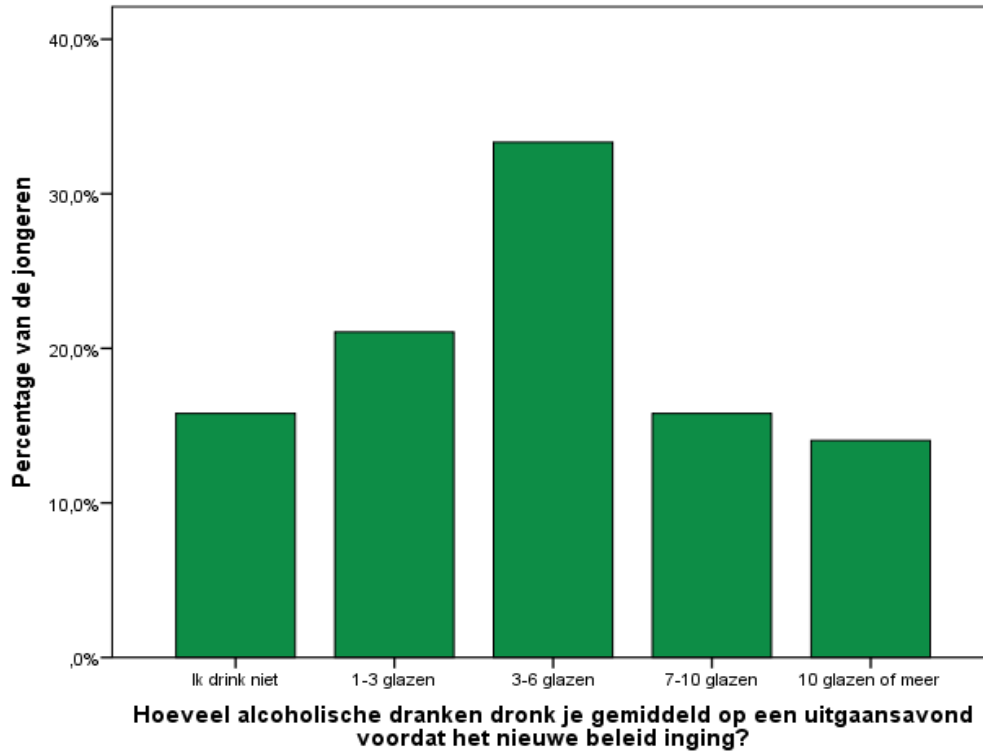
Tabel 1: opleidingsniveau respondenten enquête

Opleidingsniveau	Aantal	%
VMBO/LBO/MAVO	24	18
HAVO	58	45
VWO	39	30
HBO	6	5
WO	1	2

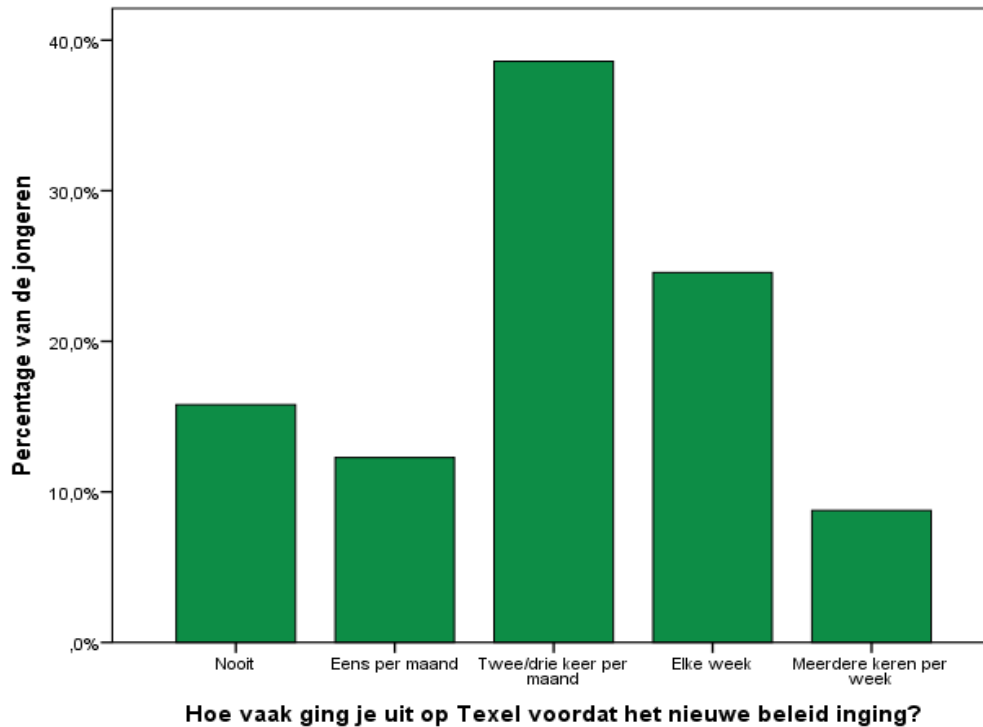
Tabel 2: Leeftijd respondenten enquête

Leeftijd	Aantal	%
< 12	6	5
13	8	7
14	17	13
15	24	18
16	27	21
17	30	23
18	6	5
19	3	2
> 20	7	6

Grafiek 1: Gemiddeld aantal alcoholische dranken per uitgaansavond.



Grafiek 2: Hoe vaak gingen de jongeren per maand uit.



Resultaten

Uitgaansleven op Texel

Mening jongeren nieuwe alcoholbeleid

Veel jongeren zijn het niet eens met de uitvoering van het nieuwe beleid. Ze zijn voorstander van een overgangsregeling voor de jongeren die tijdens het ingaan van het beleid al zestien en zeventien jaar zijn. Een klein deel snapt wel dat “niet drinken” beter is voor de jongeren, maar een overgroot deel van de jongeren heeft hier geen boodschap aan. Jongeren onder de achttien die werkzaam zijn in de horeca vinden het daarnaast vreemd dat zij wel alcohol mogen schenken, maar het zelf niet mogen drinken.

Een klein deel vreest juist voor meer schade en meer drinken, omdat er nu geen of verminderd toezicht is op het drinken van de jongeren. De zogenaamde zuipkeet of drinken bij iemand thuis worden vaak genoemd als gevolgen van het beleid. Hier is geen toezicht van bijvoorbeeld een barman die een dronken jongere drank kan weigeren. Ook zijn de ouders vaak niet aanwezig of bevinden zich in een andere ruimte, waardoor er weinig toezicht is op de drinkende jongeren.

De jongeren zijn ervan overtuigd dat het nieuwe beleid er niet voor zal zorgen dat zestien en zeventienjarigen niet meer drinken. Een veel gehoord antwoord is: “*ik drink evengoed wel*” en “*mijn ouders vinden het ook onzin*”.

Bandjessysteem

Nu mogen de zestien en zeventienjarige jongeren in sommige uitgaansgelegenheden nog wel naar binnen, deze locaties voeren een zogenaamd bandjessysteem. Hier krijgen de jongeren die ouder zijn dan achttien jaar wel een bandje en de jongeren die onder de achttien zijn niet. In de focusgroepen geven de jongeren eerlijk aan dat zij niet denken dat het bandjessysteem gaat werken en dat een groot deel zich niet aan het bandjessysteem gaat houden.

Jongeren die in de horeca werken geven ook aan dat het controleren van het bandjessysteem moeilijk is. Wanneer jongeren bijvoorbeeld een trui aan hebben met lange mouwen, is het bandje niet goed zichtbaar en door de drukte aan de bar is het niet haalbaar om aan iedereen een

identiteitsbewijs te vragen of de bandjes te controleren.

De jongeren benoemen verschillende manieren hoe ze het bandjessysteem kunnen omzeilen. Dit kan bijvoorbeeld door een bandje van iemand die achttien jaar is af te knippen en zelf om te doen. Daarnaast kunnen de jongeren boven de achttien makkelijk drank halen voor iemand die zestien of zeventien is. Het is in de uitgaansgelegenheden zo druk dat het barpersoneel niet kan controleren voor wie de drank bestemd is. Er wordt dan ook gedacht dat het bandjessysteem niet gaat werken en op den duur ook de kroegen die nu dit systeem voeren, straks hun deuren sluiten voor jongeren onder de achttien.

Uitgaansavond voor invoering van het nieuwe beleid

Den Burg en De Koog zijn populaire plekken om uit te gaan onder de jongeren. Vrijdagavond bezoeken jongeren voornamelijk Den Burg en zaterdagavond De Koog. In Den Burg worden uitgaansgelegenheden zoals de Slock en de Sjans vaak genoemd. In de Koog worden uitgaansgelegenheden als de Wijsneus en de Toekomst vaak genoemd. Door een overgroot deel van de jongeren wordt aangegeven dat ze, voordat ze uitgingen, met een groep vrienden eerst gingen voordrinken bij iemand thuis en daarna samen naar de uitgaansgelegenheid gingen. Een kleine groep jongeren ging voor het nieuwe beleid niet uit, maar zat vaak met vrienden bij iemand thuis of hing rond op straat.

Gevolgen nieuwe alcoholbeleid

De jongeren geven veel gevolgen aan die zijn ontstaan door het nieuwe beleid.

Hier de meest genoemde gevolgen:

Bij vrienden zitten (zuipkeet): Een groot deel van de jongeren zit na het nieuwe beleid bij vrienden thuis of zit in een zogeheten ‘zuipkeet’. Het merendeel drinkt daar nog wel, maar dit hangt af van de ouders. Een kwalijk gevolg hiervan dat genoemd wordt, is dat er thuis minder toezicht is dan in bijvoorbeeld een café. Personeel achter de bar kan op een gegeven moment weigeren om alcohol te schenken aan de bezoekers wanneer deze teveel gedronken hebben.

Tijdens het drinken bij vrienden of in de ‘zuipkeet’ zijn de ouders vaak niet aanwezig of bevinden zich in een andere ruimte in het huis.

Ouders: Of de jongeren (bij vrienden) thuis drinken, hangt af van de ouders en wat zij vinden van

het nieuwe beleid. Daarom is aan de jongeren gevraagd wat hun ouders van het nieuwe beleid vinden en of ze nog drank mogen drinken van hun ouders. Veel ouders vinden het beleid onzin en zij staan hun kinderen toe om thuis alcohol te drinken. Sommige ouders halen zelfs drank voor hun kinderen. Een klein deel geeft aan dat ze niet meer mogen drinken van hun ouders en deze jongeren drinken dan ook niet. De mening van de ouders over het beleid is dus erg van belang of de jongeren zich aan het beleid houden of niet.

Uitgaan: Een groot deel van de jongeren gaat nog uit in bijvoorbeeld de Toekomst. Hier geldt een bandjessysteem en mogen jongeren onder de achttien nog wel naar binnen. De jongeren die de Toekomst bezoeken, geven aan dat ze het minder leuk vinden dan voor het beleid. Zo geeft een groot deel van de jongeren aan dat de meeste mensen die hier komen, vaak nog onder de zestien jaar zijn, vaak vijftien, veertien of zelfs dertien jaar. Door het nieuwe beleid heeft deze groep ook toegang tot deze kroeg. Dit vinden de zestien- en zeventienjarige jongeren niet leuk en velen van hen gaan niet graag of helemaal niet meer naar de Toekomst.

Sommige jongeren geven ook aan dat zij ook in uitgaansgelegenheden komen die wel achttien-plus zijn, zoals de Wijsneus. De jongeren die in achttien-plus uitgaansgelegenheden uitgaan, noemen op dat de leeftijdscontrole aan de deur niet al te streng is. De jongeren die binnen komen, kunnen ook makkelijk aan alcoholische dranken komen. Een reden die hiervoor gegeven wordt, is dat de jongere er achttien-plus uitziet en daarom drank meekrijgt. Een andere reden die gegeven wordt, is dat de vriendengroep waarmee de jongere uitgaat wel boven de achttien is en het personeel van de kroeg er vanuit gaat dat iedereen in die groep achttien-plus is.

- Minder winst: Een groot deel van de jongeren geeft aan dat zij verwachten dat de uitgaansgelegenheden minder winst zullen maken of zelfs failliet gaan vanwege het nieuwe beleid. Dit komt omdat, vooral in de Toekomst, veel zestien en zeventienjarige jongeren uitgaan en zij nu geen drank meer mogen drinken. Daarnaast wordt gezegd dat in de zomer vooral veel zestien- en zeventienjarige toeristen naar Texel komen en ze denken dat deze toeristen vanwege het nieuwe beleid wegblijven, of als ze komen ze meer overlast veroorzaken omdat ze op straat gaan hangen.

- Overlast: Een ander gevolg dat vaak genoemd wordt, is de verwachting dat jongeren meer op straat gaan hangen, vooral in de zomer. Dit kan meer overlast en vernielingen tot gevolg hebben. Er zijn op Texel namelijk weinig activiteiten die zij kunnen ondernemen in de plaats van uitgaan. Als de jongeren van hun ouders niet meer thuis mogen zitten (met vrienden), zullen ze eerder op

straat gaan hangen.

- Eerder aan de sterke drank: Daarnaast denken sommigen dat als jongeren eenmaal achttien zijn, zij gelijk aan de sterke drank gaan in plaats van eerst aan bier of wijn, dat een lager alcohol percentage heeft. Dit kan als gevolg hebben dat jongeren eerder dronken worden, omdat zij hun grens nog niet kennen en deze grens door de sterke drank eerder bereikt en overschreden wordt. Als jongeren vanaf hun zestiende kunnen experimenteren met drank, leren zij hun grenzen kennen voordat zij achttien zijn en sterke drank mogen kopen, zo stellen de jongeren.
- Drugs: Er wordt meerdere malen aangegeven dat de jongeren verwachten, maar ook in hun omgeving zien dat er meer drugs wordt gebruikt als vervanging voor alcohol.

Resultaten enquête

In de enquête is speciaal aandacht besteed aan de jongeren van zestien en zeventien die sinds het nieuwe beleid niet meer mogen drinken. Dit is gedaan om te kijken in welke mate het beleid wordt nageleefd. De resultaten uit de focusgroepen komen grotendeels overeen met de enquête. De bevindingen:

- Van de 57 zestien en zeventienjarigen die de enquête hebben ingevuld, gaat er 37% na invoering van het beleid nog steeds uit.
- 72% van de jongeren geeft aan dat zij na invoering van het nieuwe beleid nog steeds alcohol drinken.
- Het blijkt dat 88% van de jongeren nog steeds alcohol mag drinken van zijn of haar ouders.
- Van de jongeren die tijdens het uitgaan een geen-alcohol bandje om krijgen, geeft 56% aan dat ze waarschijnlijk wel alcohol gaan drinken en zich dus niet aan het bandjessysteem gaan houden. Dit percentage ligt lager dan in de focusgroepen. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de jongeren in de enquête een sociaal wenselijk antwoord gaven. Dit deden de jongeren in de focusgroepen niet, omdat de sfeer in de focusgroepen comfortabel en open was.

Belangrijk tijdens uitgaan

Om een beeld te krijgen van welke elementen belangrijk zijn bij een uitgaansavond, is de jongeren gevraagd wat voor hun prioriteit heeft wanneer zij uitgaan. Uit de antwoorden blijkt dat alcohol niet als belangrijkste element wordt gezien. De jongeren geven aan dat zij gezelligheid met vrienden het belangrijkste vinden tijdens het uitgaan, in hun eentje zouden zij niet zo snel

ergens op af stappen.

Na vrienden komt de muziek die gedraaid wordt. Zo wordt er aangegeven dat top-40 muziek het populairst is onder de jongeren. Dit hangt samen met gezelligheid met vrienden: *“als je met je vrienden bent, kun je het overal gezellig maken, ondanks slechte muziek”*.

Als laatste noemen ze alcohol als belangrijk element. Alcohol zorgt dat je je iets lossier gaat gedragen en zorgt bijvoorbeeld dat ze eerder gaan dansen. Het is wel interessant dat het overgrote deel van de jongeren aangeeft dat ze alcohol niet het belangrijkste vinden op een uitgaansavond, maar als de vraag gesteld wordt of zij naar een alcoholvrij feest zouden gaan, zij aangeven hier geen interesse in te hebben. Alcohol is misschien wel belangrijker dan dat de jongeren zelf aangeven.

Een klein deel geeft aan dat zij alcohol wel het belangrijkste vinden van een uitgaansavond. Zij gaan uit voor de alcohol. Nu zij niet meer mogen drinken in de uitgaansgelegenheden, gaan zij ook niet meer uit.

Resultaten enquête

De jongeren hebben in de enquête aangegeven wat zij het belangrijkste vinden als zij uitgaan. Uit de antwoorden is een top zes samengesteld:

1. Gezelligheid met vrienden
2. De muziek die er gedraaid wordt
3. Het publiek dat op de uitgaansgelegenheid afkomt
4. Het aantal mensen dat aanwezig is
5. De locatie van de uitgaansgelegenheid
6. Alcohol

Imago

Huidige imago Young4Ever

Het overgrote deel van de jongeren is niet bekend met Young4Ever en heeft er niet van gehoord. Veel jongeren kennen wel de locatie Time Out, maar hebben geen idee dat het een onderdeel is van Young4Ever. Het is vrij onbekend dat Young4Ever langs dorpen op Texel gaat en daar activiteiten organiseert. Een klein deel is na het noemen van verschillende activiteiten wel

bekend met de activiteiten, maar weten niet dat Young4Ever dit voor hen organiseert.

Resultaten enquête

Het beeld dat in de focusgroepen geschetst wordt, komt ook terug in de enquête: 63% van de jongeren geeft aan dat zij niet bekend zijn met Young4Ever en 68% is niet bekend met de activiteiten van Young4Ever.

Huidige imago van Time Out

Het merendeel van de jongeren kent Time Out van naam en weet waar het zich bevindt, maar is er nog nooit geweest. De meeste jongeren hebben Time Out ooit een keer bezocht tijdens een opdracht van school. De jongeren zijn over het algemeen bekend met Time Out maar hebben het de afgelopen tijd niet bezocht. De twee meest genoemde redenen die naar voren komen uit zowel de focusgroepen als de enquête voor het niet bezoeken van Time Out, zijn de leeftijd en het huidige publiek dat Time Out trekt.

- Leeftijd: Veel jongeren denken dat Time Out zich vooral richt op jongeren van twaalf tot vijftien jaar. Als er gevraagd wordt naar de reden dat ze frisfeesten niet bezoeken, wordt de jonge leeftijd van het publiek genoemd. Ook geven jongeren aan dat hun jongere broertje of zusje naar Time Out gaat en zij er dus wegblijven. Een veelgenoemde zin was: *“Mijn zusje gaat daarheen met haar vriendinnetjes, daar hoef ik echt niet tussen te staan”*. Een andere jongere vertelde: *“Het lijkt op een soort naschoolse opvang, alleen dan ‘s avonds. Er is dan ook een jongerenwerker die op je let, dat vind ik maar niets. Er zijn daar teveel regels”*.

Publiek: Door veel jongeren wordt aangedragen dat ze niet naar Time Out komen, omdat daar alleen “alternatieve” jongeren komen waar zijzelf niet mee omgaan. Sommige zeggen dat, omdat Texel een klein eiland is en iedereen elkaar kent, iedereen een eigen groep heeft waar zij mee omgaan. De groep die bij Time Out komt, past niet de in de groep waar zij mee omgaan. Een klein deel geeft zelfs aan dat zij de locatie waar die groep hangt, niet af willen pakken. In de focusgroep werd gezegd: *“Time Out is een plek voor hangjongeren en ik wil hun plek niet afpakken”*.

Openingstijden: Veel jongeren geven aan dat ze de openingstijden niet aantrekkelijk vinden. Zo is Time Out op zaterdag al om 23:00 uur dicht, terwijl dan voor veel jongeren de uitgaansavond

nog moet beginnen. Met deze openingstijden kan Time Out geen vervangende activiteit voor het uitgaan aanbieden.

Resultaten enquête

Uit de enquête blijkt dat Time Out wat bekender onder de jongeren is dan Young4Ever: 84% is bekend met Time Out en 59% heeft Time Out wel eens bezocht. De meest bezochte activiteiten zijn: Open café, Frisfeesten en Oude Sunderklaas. In de afgelopen drie maanden heeft 52% Time Out wel eens bezocht.

Aan de jongeren die Time Out de afgelopen drie maanden niet hebben bezocht, zijn verschillende stellingen voorgelegd waarom zij Time Out niet bezoeken. De jongeren konden aangegeven in hoeverre zij het eens waren met de stellingen. De resultaten zijn als volgt:

- 66% geeft aan dat ze Time Out niet bezoeken, omdat ze de mensen die daar komen niet kennen.
- 49% geeft aan dat ze niet bekend zijn met de activiteiten van Time Out.
- 26% geeft aan dat de muziek die gedraaid wordt, niet hun smaak is.
- 11% heeft nog nooit gehoord van Time Out.

De twee stellingen waar een duidelijke meerderheid van de jongeren het mee eens zijn:

1. 80% bezoekt Time Out niet omdat hun vrienden er niet komen
2. 77% lijkt Time Out niet aantrekkelijk om te bezoeken

Uit de enquête blijkt dat de hoofdredenen van het niet bezoeken van Time Out zijn: het huidige publiek en het huidige imago.

Huidige locatie Time Out

De locatie van Time Out is nagenoeg bij alle jongeren bekend. Bijna allemaal kunnen ze vertellen waar Time Out gelokaliseerd is en een meerderheid kan het gebouw omschrijven. De jongeren zijn tevreden over de huidige locatie omdat deze dicht bij het centrum is gelokaliseerd.

Resultaten enquête

Uit de enquête blijkt dat 55% van de jongeren de locatie goed vindt en 73% van de jongeren vindt dat Time Out goed bereikbaar is. 22% van de jongeren vindt dat Time Out niet genoeg in het centrum ligt. Ook is de jongeren gevraagd naar mogelijke andere locaties voor Time Out. Als

suggestie werd de Groene Plaats meerdere keren genoemd, maar een meerderheid van de jongeren geeft wederom aan dat ze de huidige locatie goed vinden.

Mogelijke verhuizing Postkantoor

In de focusgroepen is de mogelijke verhuizing voorgelegd aan de jongeren. De mening van de jongeren over het verhuizen naar de Parkstraat, is verdeeld. Een deel vindt dat Time Out nu al op een centrale locatie ligt en vindt de verhuizing overbodig. Een ander deel zegt dat als Time Out verplaatst, zij misschien wel een keer zouden langsgaan. Dit vooral vanwege het feit dat het dan meer in het uitgaanscentrum ligt en als ze het niks vinden, ze makkelijk kunnen overlopen naar bijvoorbeeld de Slock, die daar ook in de straat ligt. Een positief punt van een verhuizing is dat Young4Ever een mogelijkheid heeft om het huidige imago te beïnvloeden. Deze mogelijkheid wordt verder uitgelicht in “aanbevelingen en suggesties”.

Resultaten enquête

In de enquête konden de jongeren aangeven of zij Time Out zullen bezoeken wanneer deze wordt gevestigd op een nieuwe locatie: 8% antwoordde met ja, 28% met misschien en 64% antwoordde met nee.

Aanbevelingen en suggesties voor Young4Ever en Time Out

In de focusgroepen werden er specifieke aanbevelingen genoemd waar Young4Ever en/of Time Out (op een eventuele nieuwe locatie) op kunnen inspelen:

- Leeftijd Jongeren geven aan dat ze het idee hebben dat Time Out niet voor hun leeftijdsgroep is. Dit is een van de redenen waarom zij het niet bezoeken. Wanneer er een feest wordt georganiseerd voor zestien- en zeventjarigen, is het belangrijk dat de locatie alleen toegankelijk is voor deze leeftijdsgroep (en eventueel ouder). Dit moet duidelijk worden aangegeven bij de promotie van de activiteit, bijvoorbeeld op posters/flyers.
- Openingstijden: Op dit moment is Time Out niet open gedurende de tijden dat jongeren uitgaan. Op zaterdagavond is Time Out bijvoorbeeld om 23:00 gesloten, terwijl de uitgaansavond voor jongeren dan vaak nog moet beginnen. Wanneer Young4Ever vervangende activiteiten wil verzorgen in de plaats van uitgaan, is het belangrijk dat de activiteiten rond

dezelfde tijd plaatsvinden.

- Voor en door jongeren: Het kan een positief effect hebben op de bekendheid en het imago van Young4Ever/Time Out wanneer de activiteiten georganiseerd en gepresenteerd worden als: “voor en door jongeren”. Een suggestie is om jongeren (met hulp van Young4Ever) zelf een activiteit/feest te laten bedenken en organiseren. De vriendenkring, waarschijnlijk leeftijdsgenoten, zullen dan eerder de stap nemen om het evenement daadwerkelijk te bezoeken. Dit kan ervoor zorgen dat meningen zoals ‘kinderlijk’ en ‘de jongerenwerkers zitten daar om ons in de gaten te houden’ worden verminderd.

-Promotie van activiteiten: Op dit moment weten jongeren weinig van Young4Ever en associëren zij het vooral met Time Out. Het is belangrijk dat jongeren bekend raken met de verschillende activiteiten van Young4Ever. Dit kan via verschillende kanalen: sociale media, flyers/posters, maar ook de beoogde doelgroep persoonlijk benaderen door bijvoorbeeld in de mentorles de activiteiten te promoten.

Een suggestie is om, wanneer de doelgroep persoonlijk benaderd wordt, dit te laten doen door een jongere van dezelfde leeftijd. Wanneer zestien of zeventienjarigen worden benaderd door een leeftijdsgenoot, wordt het aantrekkelijker om de activiteit te bezoeken. Een andere suggestie is om bij de promotie van alcoholvrije activiteiten dit niet te groot op een poster of flyer te zetten, dit schrikt de jongeren af. Wel is het belangrijk dat er op de posters wordt aangegeven dat het een zestien-plus activiteit betreft.

Om de attitude van de jongeren te beïnvloeden, is het belangrijk dat zij te horen en te zien krijgen hoe de activiteiten en feesten bij Young4Ever en Time Out zijn. Op dit moment denken veel van hen dat de evenementen en de bezoekers in Time Out en van Young4Ever niet bij hen passen. Het is belangrijk dat zij zonder een bezoekje te hoeven brengen een beeld kunnen vormen van de activiteiten. Dit kan op verschillende manieren. Momenteel wordt er gebruik gemaakt van Facebook, Twitter en de website Young4Ever.nl.

Uit de enquête blijkt dat jongeren het liefst via Facebook op de hoogte worden gehouden van activiteiten: 36% van de jongeren geeft Facebook aan als voorkeurskanaal. Daarnaast worden aan Twitter (22,7%) en het noemen van de activiteit in de mentorklas (27%) de voorkeur gegeven.

Facebook: Op dit moment heeft Young4Ever een openbare Facebookpagina. De Facebookpagina

wordt voornamelijk gebruikt om evenementen aan te kondigen. Veel jongeren maken veelvuldig gebruik van Facebook en een suggestie is om de Young4Ever Facebookpagina meer te gebruiken om foto's en video's te plaatsen van evenementen. Op deze manier kunnen jongeren een beeld vormen van de activiteiten en evenementen. Sommige jongeren zijn wel bekend met activiteiten maar weten niet dat Young4Ever deze organiseert. Daarnaast heeft Time Out ook een eigen Facebookpagina. Dit is echter een persoonsprofiel en de inhoud is niet zichtbaar voor Facebookgebruikers die niet bevriend zijn met Time Out. Jongeren die nieuwsgierig zijn, kunnen niet alles zien wat hier op staat. Een suggestie is om voor Time Out een openbare pagina aan te maken, net zoals de Young4Ever Facebookpagina. Dit geeft Time Out indirect een 'meer open' uitstraling. De Facebookpagina kan gebruikt worden voor nieuwtjes, aankomende activiteiten en foto's. Belangrijk is dat er niet alleen foto's van bijvoorbeeld de Dj's worden geplaatst maar ook van de bezoekers.

Website: Er staat veel informatie op de website over de verschillende activiteiten en werkzaamheden van Young4Ever. Er wordt er op de website onderscheid gemaakt tussen tieners en jongeren, maar er wordt hier verder niet genoemd welke leeftijdscategorieën dit zijn. Hiermee wordt het beeld dat Young4Ever zich meer op twaalf- tot vijftienjarige jongeren richt, ondersteund. Een suggestie is om het onderscheid weg te laten of bij specifieke, leeftijdsgerichte activiteiten de leeftijd van de doelgroep duidelijk aan te geven. Een andere suggestie is om de pagina 'activiteiten' meer up-to-date te houden. Nu staat er in de 'agenda' wel een aankomende activiteit maar die wordt op de bestemde pagina 'activiteiten' niet genoemd. Daarnaast kan de website ook meer foto's publiceren van bijvoorbeeld de activiteiten en feesten.

Activiteiten voor jongeren

De jongeren zijn verschillende activiteiten voorgelegd en er is aan hen gevraagd om zelf met suggesties te komen. Het is lastig om voor alle jongeren één concept te vormen en om deze reden wordt er gedacht aan avonden met een bepaald thema. Voor alle activiteiten is het belangrijk dat er een leeftijdsgrens van zestien-plus is en dat er rekening wordt gehouden met de tijden en dagen dat jongeren normaal uit zouden gaan.

- **Thema-avonden:** De jongeren geven aan dat ze wel naar bepaalde thema avonden zullen gaan, zoals Happy Drinks avonden, filmavonden of Dj-avonden. Dit hangt weer samen met het imago

van Young4Ever en Time Out.

- Dj's: Een Dj geeft volgens de jongeren een betere sfeer tijdens het uitgaan dan dat er alleen muziek opstaat. Daarnaast geven sommige jongeren aan om meerdere ruimtes te hebben tijdens een feest, waar verschillende soorten muziek gedraaid worden. Zo kunnen ze zelf beslissen naar welke ruimte ze gaan en naar welke muziek ze luisteren. Ook trek je door deze opzet een breder publiek aan. Het kan gunstig zijn als de Dj al bekend is onder de jongeren. Het kan een Dj zijn die regelmatig in andere uitgaansgelegenheden draait. De jongeren weten dan bij voorbaat al wat voor muziek zij kunnen verwachten.

- Filmavonden: De jongeren die na de invoering van het nieuwe beleid niet meer uitgaan, bezoeken de bioscoop in Den Burg vaker. Ze vinden de bioscoop vrij duur en niet alle films draaien er. Een kleine groep jongeren was enthousiast over filmavonden op een locatie van Young4Ever. Dit kan bijvoorbeeld een 'marathon-filmavond' zijn waar er drie horror films achter elkaar worden gedraaid. De tickets moeten dan wel goedkoper zijn dan in de bioscoop.

- Strandfeest: Veel jongeren gaven aan dat zij vooral in de zomer het uitgaan zullen missen. Daar kan Young4Ever op inspringen door een kampvuur of strandfeest te organiseren. Een deel van de jongeren gaf aan dit een goed idee te vinden.

- Open (alcoholvrij)café: Een open café is een laagdrempelige activiteit die door de jongeren positief werd ontvangen. In dit café worden alcoholvrije dranken geschonken zoals alcoholvrij bier, wijn, en rosé-bier. Er zijn tegenwoordig veel alcoholvrije alternatieven (alcoholvrij.com). Jongeren zouden het café bezoeken om hun vrienden te ontmoeten met zachte muziek op de achtergrond. Het is belangrijk dat in dit open café 'hoekjes' worden gecreëerd (met bijvoorbeeld banken of schotjes) zodat de jongeren het gevoel van privacy krijgen wanneer ze met hun vrienden praten.

- Happy drinks: Happy Drink cocktails is een alcoholvrij concept bedacht door Pierre Wind (happydrinks.nl). Het zijn alcoholvrije cocktails die een alternatief kunnen bieden voor alcohol. Ze zijn verkrijgbaar in allerlei smaken. Happy Drinks worden ingezet om het imago van alcoholvrije dranken te verbeteren, de keuze van alcoholvrij aantrekkelijker te maken en het aanbod te vergroten. Het aanbieden van Happy Drinks kan een belangrijke toevoeging zijn op de thema-avonden. Op deze manier hoeven de jongeren niet de hele avond alleen maar fris te drinken, maar hebben ze ook nog iets

speciaals om uit te kiezen. De jongeren waren over het algemeen positief over dit concept als toevoeging op hun uitgaansavond. Een soortgelijk alternatief is de alcoholvrije Bob Partydrinks variant: dit zijn kleine shot-flesjes met fruitige smaakjes (bobpartydrinks.nl).

Locatie: Tijdens dit onderzoek is er gekeken naar de opinies omtrent een mogelijk nieuwe locatie. De meningen over een nieuwe locatie waren verdeeld. Ongeveer de helft van de jongeren gaf aan dat ze een nieuwe locatie uit nieuwsgierigheid een keer zouden bezoeken. De andere helft gaf aan dat ze de huidige locatie prima vonden. Het huidige imago van Time Out is reeds gevormd en een nieuwe locatie zou kansen kunnen bieden:

- Naam: Het is aan te raden om een nieuwe locatie een nieuwe naam te geven. Time Out heeft al een imago, belangrijk is dat de nieuwe locatie een ander imago krijgt. Dit creëert een soort “nieuwe start” waar jongeren nog geen idee bij hebben en er een nieuw imago gevormd kan worden.

- Inrichting: Time Out is erg ‘open’ ingericht. Een suggestie voor een nieuwe inrichting is om het meer huiselijk in te richten. Om de inrichting meer huiselijk te maken kunnen er hoekjes gecreëerd worden, waar de jongeren meer privacy ervaren wanneer ze met hun vrienden zijn. Er zijn vaak meerdere ‘vriendengroepen’ tijdens het uitgaan en niet alle jongeren hebben de behoefte om met iedereen om te gaan. Daarnaast is Time Out vrij kleurrijk, dit kan kinderlijk ogen voor ouder publiek. Een suggestie voor de nieuwe locatie is om de muren een meer neutrale kleur te geven.